التخطيط والتنمية المتوازنة
من منظور سياحي



د. حيدر ضياء سلمان

التخطيط والتنمية المتوازنة
من منظور سياحي
(مفاهيم وأسس علمية وتجارب مختارة)

عنوان الكتاب: التخطيط والتنمية المتوازنة من منظور سياحي
(مفاهيم وأسس علمية وتجارب مختارة)
تأليـــــــــف: ألهام خضير شبّر ، حيدر ضياء سلمان
الترقيــم الدولي: 3-171-841-977-978
رقــم الإيـــداع: 2020 / 15452
سنـــة النشـــر: 2021

الطبعة الأولى

الناشـر



جمهورية مصر العربية
القاهرة - شبرا - 3 شارع ترعة النصراني أمام مسجد التقوى - منطي - شبرا الخيمة
00(20)1282441890
00(20) 233518784
Yasser261098@gmail.com
WWW.ACBOOKZONE.COM

التخطيط والتنمية المتوازنة
من منظور سياحي

(مفاهيم وأسس علمية وتجارب مختارة)

ألهام خضير شُبّر
أستاذ الاقتصاد السياحي

حيدر ضياء سلمان
ماجستير علوم سياحية

كلية العلوم السياحية - الجامعة المستنصرية
بغداد - العراق



الطبعة الأولى
1442هـ - 2021م

بسم الـلـه الرحمن الرحيم

(وَقُل رَّبِّ زِدْنِي عِلْمًا)

صدق الـلـه العظيم

(سورة طه: 114)

مقدمة

الحمد لله على توفيقه وتيسير امرنا في تأليف هذا الكتاب الذي اهتم بقضية مهمه جدا ونادرا ما نجد كتابا يختص بموضوعه على مستوى القطاع السياحي الا وهو التنمية المتوازنة وارتباطها المتزامن مع التخطيط المستدام وصولا الى تنمية محلية لمناطق أو اقاليم حرمت من مشاريع التنمية الوطنية بالرغم من توفر مقومات جذب متنوعه فيها تعد كنوزا مهملة وبذلك فوتت فرص التنمية والتطور اقتصاديا واجتماعيا على السكان المحليين لهذه المناطق المحرومة , خاصة وان للسياحة دورا ايجابيا في التغيير نحو نوعية حياة افضل وزيادة دخولهم وتحسين مستواهم المعيشي وحل مشكلة البطالة وتوفير فرص عمل لا بنائهم وحل الكثير من المشاكل الاقتصادية والاجتماعية في مجتمعهم وترتقي باقتصاداتهم المحلية ليمتد اثرها الايجابي على الاقتصاد الوطني لبلدانهم عموما.

وكان اهتمامنا بضرورة التوضيح كيف أن الفعل التنموي يستمد من طبيعة الواقع الاجتماعي والاقتصادي الذي يعيشه المجتمع بعيد عن اي نهج اخر ,ونجد هنا قد يختلف البعض في رسم ملامح وتوجهات الفعل التنموي فهناك من يعتبره انه فعل ينطلق من المستوى الوطني ثم يأخذ انتشارا وامتدادا الى المستوى المحلي بينما يرى البعض الاخر ان الفعل التنموي المنظم الحقيقي له هو ذاك الذي ينطلق من المستوى المحلي الذي له خصوصية لكل منطقة أو اقليم وصولا الى تكامل وتوازن على المستوى الوطني ,من هنا يظهر دور الفعل التنموي في القطاع السياحي في التنمية المحلية ومالها من خصوصية ومقومات وأثار تنفرد بها (لأن كل اقليم أو مدينة أو منطقة لها ملامحها

الطبيعية والبشرية والعمرانية التي تميزها) , وبراينا ان التنمية المحلية هي المحور المركزي لاستدامة التنمية الوطنية بغض النظر عن اي نهج اقتصادي أو سياسي كونها تحفز وتدعم النمو والانتاج والمنافسة للاقتصاد الوطني..

التنمية الاقتصادية المحلية تتمثل هدفها في تعزيز القدرات الاقتصادية لمنطقة محلية من أجل تحسين مستقبلها الاقتصادي ومستوى المعيشة ككل في هذه المنطقة فهي عباره عن عملية يقوم خلالها الشركاء من القطاع العام والقطاع الخاص والمنظمات المجتمعية بالعمل بشكل جماعي من أجل توفير ظروف افضل لتحقيق النمو الاقتصادي وخلق فرص العمل والتوسع في مجالات الاستثمار الوطني والاجنبي المشترك وهذا يتطلب توحيدًا للجهود من أجل مواجهة متطلبات التنمية وتحقيقها بشكل تشاركي بمعرفة كافة الأطراف المعنية بمسؤولياتها ودورها في تحقيق التنمية المطلوبة.

نرجو من العلي القدير ان يجعل جهودنا هذه في ميزان حسناتنا لنشر العلم والمعرفة ولرفد المكتبة العراقية والعربية بقضايا مهمه يستفاد منها الطلبة والباحثين والاكاديميين والمهتمين...

والله ولي التوفيق

المؤلفان

بغداد - 2020

الفصل الأول

مدخل عام في السياحة

ويشتمل هذا الفصل على المباحث التالية:

- ✍ **المبحث الأول: النشأة والتطور**
- ✍ **المبحث الثان: السياحة والسائح ... المفهوم والأهمية**
- ✍ **المبحث الثالث: أنواع السياحة**

الفصل الأول

مدخل عام في السياحة

المبحث الأول

النشأة والتطور

أولاَ: نشأة السياحة

بدأت نشأة السياحة منذ نشوء الإنسان وكانت بسيطة وبدائية في مظهرها واسبابها واهدافها ووسائلها وكان الغرض منها هو ممارسة النشاطات الانسانية الضرورية للحياة مثل البحث عن الطعام والشراب أو المسكن أو الصيد أو البحث عن تجمعات بشرية معينة لغرض اجتماعي.

وكان الانسان ينتقل على سجيته لا تحده حدود أو تعوقه قيود، وكانت جميع أهدافهُ فردية وليس في حيازته من وسائل السفر سوى قوته الجسمانية أو دابته غير مقيد بوقت ولا يعوقه جنس أو دين أو دولة (إذ لم تكن الدولة قد وجدت بعد) ولم يكن السفر يخضع لأي تنظيم أو دراسة.

ولم يفكر احد في هذا العصر في تطوير السفر أو وسائله أو استغلاله لصالح المجموع وبالتالي لم تعرف كلمة السياحة ولم يظهر لها ايّ تعريف في هذا العصر سوى ان السفر كان ظاهرة طبيعية مرتبطة بوجود الانسان وتهدف الى اشباع نزواته واستيفاء احتياجاته الشخصية.

ولقد امتدت ظاهرة السفر والسياحة عبر ازمان تاريخية طويلة فهي قديمة بقدم تاريخ حضارات الانسان، ومما لاشك فيه ان الانسان منذ ولادته حتى مماته في سفر ورحلات دائمة تعددت اشكالها بمرور الوقت وبتغير الظروف والاحوال فهي جاءت مكتسبة بالعلم والمعرفة منذ الخليقة كما في قوله تعالى في محكم كتابه العزيز: (**عَلَّمَ الْإِنسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ {5/96}**) [العلق: 5] ، وبمرور الزمن تطورت ونضجت بنضوج الانسان البدني والمعرفي فهي تنتقل بذلك من مرحلة الى اخرى، حتى اتسعت مساحة الحركة لتصبح رحلة من الارض والبحار الى الفضاء الخارجي في عالمنا الحديث ويمكن استعراض المراحل التاريخية لنشأة وتطور السياحة من أجل الوصول الى السياحة الحديثة.

ثانياً: التطور التاريخي للسياحة

1- مرحلة العصور القديمة

تبدأ المرحلة منذ نزول سيدنا ابى البشرية آدم عليه السلام مع حواء الى الارض بحكمة الباري عز وجل في محكم كتابه العزيز: (**وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلاَئِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الأَرْضِ خَلِيفَةً**) [البقرة: 30], فكانت اولى رحلات الانسان على الارض انطلقت عند اختباره عليها بأمر الخالق عز وجل بعد ان كان في جنة عدن وانتقاله منها الى الارض عندما ازلهما الشيطان عن امر الخالق كما في قوله تعالى: (**فَأَزَلَّهُمَا الشَّيْطَانُ عَنْهَا فَأَخْرَجَهُمَا مِمَّا كَانَا فِيهِ وَقُلْنَا اهْبِطُواْ بَعْضُكُمْ لِبَعْضٍ عَدُوٌّ وَلَكُمْ فِي الأَرْضِ مُسْتَقَرٌّ وَمَتَاعٌ إِلَى حِينٍ {36/2}**) [البقرة: 36], إذ أن طبيعة الانسان تمتاز بالحركة والتنقل فكانت حركته الاولى متمثلة بالرعي والصيد وتعلم الزراعة والغاية التي خلق لأجلها تعمير الارض وعبادة الله عز وجل إذ تمثل السفر في هذه المرحلة بجمع الغذاء وتجنب المخاطر والانتقال الى

الاماكن الاكثر اماناً، إذ لم تكن السياحة موجودة كمصطلح آنذاك وكان يعبر عنها بحركة التنقل البسيطة التي يقوم بها الانسان من مكان الى اخر في البداية سيراً على الاقدام، ثم استخدم بعد ذلك في ترحاله الدواب لقطع الصحاري والانهار والبحار وسفوح الجبال وكان الدافع من السفر هو التجارة بالسلع والبضائع والتي يعبر عنها في تلك المدة بالمقايضة اي تبادل سلعة بسلعة واول الرحالة أو السياح الحقيقيين هم التجار إذ وصلت التجارة الى درجة ملحوظة من الرقي في عصر التوراة فأصبحت الباعث الرئيسي للسفر.

2- مرحلة العصور التاريخية

تبدأ هذه المرحلة بنشوء الحضارات والتي امتدت لمدة (5000 سنه ق.م) تقريباً شاملة عصر البرونز والعصر الحديدي واستمرت حتى مدة الامبراطورية الرومانية زمن ولادة يسوع الناصري عليه السلام وتعني الحضارة بمفهومها العام "ثمرة كل جهد يقوم به الانسان لتحسين ظروف حياته، سواء أكان المجهود المبذول مقصود ام غير مقصود وسواء أكانت الثمرة مادية ام معنوية "وقد شهدت هذه المرحلة ظهور حضارة وادي الرافدين والنيل والجيوش والاديان والانظمة والقوانين إذ ظهرت الحضارة الفرعونية للمدة (3000 - 2175 سنه ق.م) فأصبحت الاهرامات والمعابد من المعالم السياحية الجاذبة للأجيال القادمة وبعدها جاءت الحضارة الصينية والحضارة الرومانية وبناء سور الصين العظيم عام 200 ق.م، كما شهدت هذه المرحلة ظهور العلوم وتطور وسائط النقل ولاسيما السفن الشراعية وعربات الخيل، وتوسعت الامبراطورية الرومانية في حدودها الجغرافية فشملت منطقة البحر المتوسط لذا زادت الحاجة لبناء طرق عديدة وتوسيعها بما يتماشى مع تلك التغيرات الامر الذي سهل وشجع عملية السفر من مكان الى اخر، فضلاً عن ظهور شهوة السفر في العصر الروماني واختراع

عربات مؤثثة تجرها الخيول واقامة طرق سالكة وتأمينها وكان الغرض من السفر لرؤية معابد شهيرة وتماثيل وعجائب العالم القديم وتوسعت بعد ذلك لتشمل زيارة اماكن علاجية ودينية وشواطئ البحار واولى مؤشرات السياحة في هذه المرحلة ظهور الاولمبياد في اثينا التي كانت تمثل السياحة الرياضية في سنة (776 ق.م) وازدهار الحضارة اليونانية الى جانب العلوم والرياضيات والفلسفة وفنون العمارة، وكان الهدف من الرحلات في هذه المرحلة لتحقيق الفائدة وحب الاستطلاع والدافع الديني.

3 - مرحلة العصور الوسطى (مرحلة مابعد الميلاد)

تمتد هذه المرحلة منذ ولادة نبي الله عيسى المسيح عليه السلام حتى عام (1600م) وابرز ما شهدته هذه المرحلة انتشار حركة زيارة الكنائس في اوربا والشرق الاوسط عام (300م) وقيام الدولة العربية الاسلامية بقيادة خاتم الانبياء والمرسلين ابي القاسم محمد ﷺ واعتناق الدين الاسلامي وتشجيع النشاط الديني لمكة المكرمة والقدس الشريف فظهرت علاقة بين التجارة والسياحة للمدة من (600-1100م) وتوسيع الطرق البرية للمدة من (1099-1270م) واولى الوثائق السياحية الرسمية التي صدرت بحق السفر والسياحة هي وثيقة المغنا كارتا (Magna Carta) التي صادق عليها الملك جون وهي وثيقة تتضمن حق السفر للناس سنة (1215م) واصبح الابحار سنة (1295م) صفة مميزة واصبحت السفن تجوب البحار وتوسعت التجارة الدولية وبرزت الرحلات الاستكشافية بمختلف انواعها امثال رحلات ماركو بولو (Marco Polo) الذي كتب الكثير عن رحلاته في اسيا القصوى أما المدة الممتدة بين (1400-1600م) شهدت اوربا اقامة مستوطنات عديدة في افريقيا وبناء قلاع على سواحل البحار والانبعاث والنهوض في الجانب الفني والمعماري الرائع وفتح الاسبان مدينة (مايانـاس) ومرورهم عبر امريكا اللاتينية، فضلاً عن ظهور طبقات الاغنياء والاقطاعيين الذين اتصفوا

بإمكانياتهم المادية ورغبتهم بالسفر مما كان له الدور في تطور السياحة والسفر في هذا العصر.

4- عصر النهضة

تقع هذه المرحلة في المدة الممتدة من القرن الرابع عشر الى القرن السابع عشر الميلادي، إذ اصبح الدافع والرغبة في السفر توسيع المعرفة وترسيخها للمستقبل إذ انطلقت مفاهيمها من دولة انجلترا عند موافقة الملكة اليزابيث الاولى على هذا الشكل من السفر وابرز ما تميزت به هذه المرحلة ظهور الزمالات والبعثات لكل من جامعة اكسفورد كامبردج في انكلترا وسملانكا في اسبانيا عن طريق اعداد رخص دراسية تمتد من سنتين الى ثلاث سنوات وتأمين احتياجات السفر من اموال وخيول وجوازات وتسهيلات في اكتساب المعرفة والخبرات التعليمية والثقافية وإقامة سفرات وجولات كبيرة لأبناء أسر الطبقات العليا لزيارة بلدان ومواقع اثرية وتاريخية ودراسة الفن والعمارة والتاريخ فضلاً عن أصدار كتب مختصة بدليل المسافر أثناء الجولات السياحية والمعرفية وأكثر الكتب المباعة كانت من قبل توماس نوجنت سنة (1778م) ، وكانت وجهة السياحة في هذا القرن مرتكزة على الطبقات الأرستقراطية والثرية وكان الغرض من السياحة لأغراض علاجية وترفيهية واجتماعية وثقافية، والاهتمام بالتربية الجسدية من خلال ممارسة الانشطة الرياضية مثل السباحة وركوب الخيل والتدريبات العسكرية على نحو حديث مما ادى الى تشجيع ظهور الانماط السياحية.

5- مرحلة الثورة الصناعية

امتدت هذه المرحلة للمدة من منتصف القرن السابع عشر الى القرن التاسع عشر الميلادي، إذ شهد العالم تغييرات اقتصادية واجتماعية عميقة ازدهرت فيها قطاعات الزراعة والصناعة والتجارة...الخ وازدادت فيها المناطق الحضرية وتم ادخال الآلات

الحديثة التي تعمل بالطاقة والتي تدرجت من الطاقة البخارية وصولا الى الوقود بمختلف انواعه وعلى أثرها أتسعت حركة النقل وصناعة القطارات والسفن وصولا لاختراع الطائرات ومن ثم أدت هذه التطورات الى ازدياد أوقات الفراغ والقيام بالأنشطة الترفيهية وبدأ العمال بالحصول على الاجازات السنوية التي اصبحت منفذا للهروب من المناطق الصناعية الملوثة والمزدحمة فأصبحت المنتجعات الساحلية والمناطق الطبيعية مأوى ترفيهي لهم، أما في القرن السابع عشر ظهرت فكرة الرحلات الكبرى إذ كان النبلاء ورجال الاعمال وطلاب العلم يسافرون في جولات تستغرق ثلاث سنوات لغرض اكتساب الثقافة والمعرفة، وازدهرت السياحة في القرن الثامن عشر مع تحسن وسائط النقل والمواصلات، وشهدت امريكا الشمالية الانتقال بواسطة السكك الحديدية سنة (1869م) ، وامتدت الرحلات في هذه المرحلة الى الطبقات الوسطى بعد ان كانت تهيمن عليها الطبقات الارستقراطية الحاكمة.

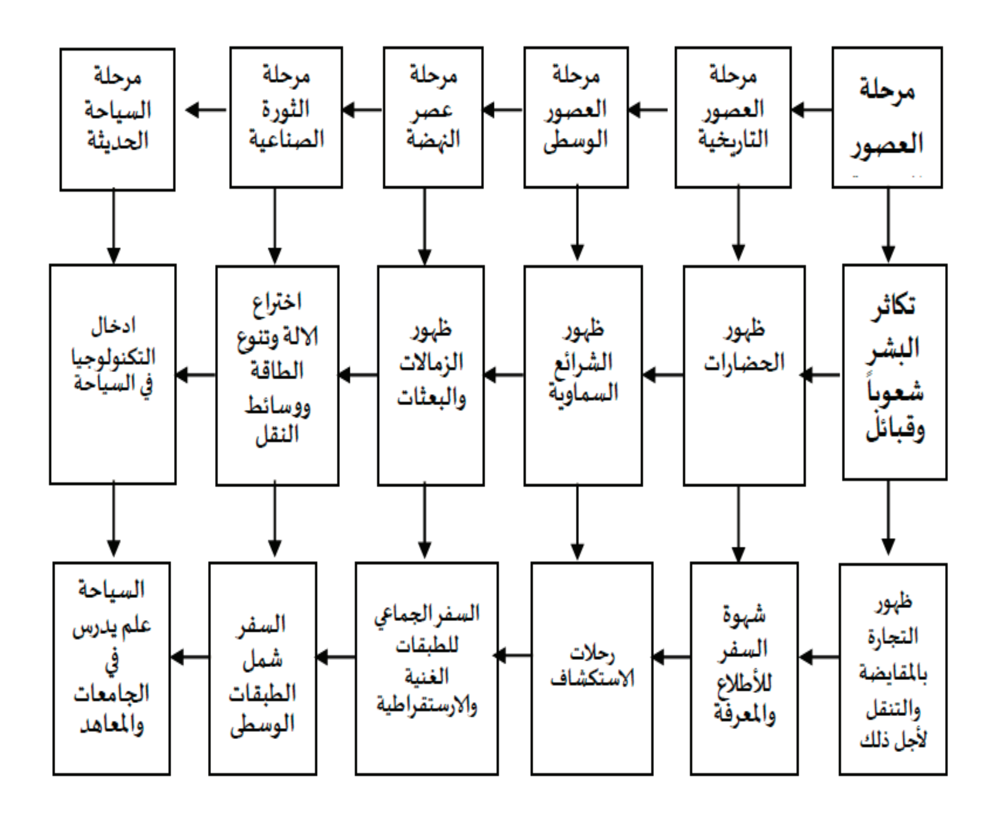
6 - مرحلة السياحة الحديثة

بعد التطورات المتلاحقة في العالم اصبحت السياحة مزيج من الرغبة والتنقل وسهولة الوصول والقدرة على تحمل التكاليف وتمتد هذه المرحلة اوائل القرن العشرين وحتى وقتنا الحالي إذ شهدت هذه المرحلة تقدم علمي كبير في الكثير من مظاهر الحياة، فالمدنية الحديثة جعلت الانسان في غير حاجة الى كثير من مظاهر الحركة نتيجة الاختراعات الحديثة، الامر الذي جعل وقت الفراغ كافي لاستغلاله بطريقة بناءة يعود على المجتمع بالفائدة المرجوة، إذ اصبحت السياحة في هذه المرحلة واحدة من ابرز الظواهر الاجتماعية والاقتصادية واصبحت تدريجياً ظاهرة جماهيرية وذلك بالتحديد خلال مدة ما بعد الحرب العالمية الثانية إذ اصبح يمارس هذا النشاط من قبل عدد كبير من الناس وعلى نحو متزايد في جميع انحاء العالم لذا سمي القرن (20م) بقرن السياحة

ويعد القرن (21م) قرن صناعة السياحة والامر الذي ساعد على تطور السياحة في هذه المرحلة ظهور تقنيات حديثة في الطيران واجهزة الكمبيوتر والروبوتات والاقمار الصناعية كما ان التقدم الذي احرزته تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ادى الى تحويل العالم الى قرية صغيرة، لذا ادخلت وسائل حديثة في ادارة الجذب السياحي وخطط السفر واماكن الاقامة وتقديم الخدمات عن طريق شبكة الانترنت العالمية والتكيف مع احتياجات المستهلكين باستخدام تقنية هندسة الشبكات وكذلك ظهور مصطلح (السياحة الالكترونية) والتي تعد منطقة ابحاث جديدة تم انشاؤها من خلال اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتكنولوجيا في صناعة السياحة وظهور التجارة الالكترونية والهواتف وخدمات الشبكة العالمية (ويب) والوسائط المتعددة والواقع الافتراضي والحقيقة المدمجة، ساعدت على ترويج وتسويق المنتجات والخدمات لتعزيز المكانة التنافسية وزيادة الحصة السوقية في الاسواق العالمية واصبحت التجارة الالكترونية والتسويق الالكتروني عبر شبكة الانترنت تشكل نسبة (10-25%) من التجارة العالمية لعام (2003م) ، وقد ادى توظيف التكنولوجيا في السياحة على زيادة الطلب السياحي وذلك لإنجاز وترويج الخدمات السياحية والفندقية عبر مختلف الشبكات الالكترونية، واهم ما يميز السياحة الحديثة انخفاض تكاليف السفر وتطور اماكن الايواء وتعددها وانشاء الرقعة الجغرافية المنتشرة عليها واصبح علم السياحة علم معترف به بعد ظهوره في الستينات من القرن الماضي واصبح يدرس في الجامعات والمعاهد المتخصصة في وقتنا الحالي.

مخطط (1-1)

يوضح المراحل التاريخية لتطور السفر والسياحة



المبحث الثاني

السياحة والسائح (المفهوم والأهمية)

أولاَ: مفهوم السياحة

يكاد يجمع الباحثون في مجال عالم السياحة على عدم وجود مفهوم متفق عليه عالمياً لصناعة السياحة، أو يصف السياحة كصناعة وغالباً ما توصف السياحة كنشاطٍ فقط، أما أصل كلمة السياحة Tourism في اللغة الأوربية تعود إلى الكلمة اليونانية tornos وهو اسم يشبه شكل الفرجار, وأدخلت إلى اللغة اللاتينية ليقصد بها المسار الدائري, ويعكس هذا المسار مفهوم حركة السياحة التي تنطلق من نقطة لتعود أليها مـــرة أخرى، وبالرغم من أنَّ نشوء السياحة يعود إلى عدة قرون إلا أنَّ مصطلحات Tourism لم يظهر في قواميس اللغة الإنكليزية إلا في أوائل القرن التاسع عشر عندما صار ينظر إلى شكلي السفر من أجل التجارة والأعمال المتعلقة بشؤون الدولة وكذلك السفر المرتبط بأداء الطقوس الدينية والترويحية على أنَّها سياحة ومع ذلك وبعيداً عن سفر الحروب وسفر المغامرين فإن شعوب عديدة عرفت أسفار الاستجمام منذ القدم مثل الفينيقيين والمصريين القدماء, وكذلك قيام الرومان بقضاء عطلاتهم على سواحل بلادهم أو السواحل المصرية للاستجمام أو لزيارة الأقارب.

وقد اختلف الباحثين في تعريف السياحة محاولين أن يقدموا لنا تعريفاً شاملاً، ويبدو أنَّ تعريف هذا المفهوم ليس بالأمر السهل, لأن السياحة لا تقف على تعريفٍ واحداً بنفسه لأنواعها المختلفة, وتعريف كلّ نوع يعتمد على الفرض الذي يقوم من أجله.

لقد بدأت المحاولات الأولى لتعريف السياحة كظاهرة في الثمانينيات من القرن التاسع عشر الا ان أول تعريف محدد للسياحة يعود الى العالم الألماني (جوير فرديلر) في عام 1905 للميلاد عندما أعطى تعريفا مطولا للسياحة على أنّها "ظاهرة عصرية تنبثق

من الحاجة المتزايدة الى الراحة والى تغيير الهواء والى مولد الإحساس بجمال الطبيعة ونمو هذا الإحساس والى الشعور بالبهجة والمتعة والإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة وأيضا الى نمو الاتصالات وعلى الأخص بين الشعوب وهذه الاتصالات كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة والصناعة كبيرة أو متوسطة أو صغيرة وثمرة تقدم وسائط النقل".

وفي عام 1910 قام العالم النمساوي (هرمن فون شولر) بوضع تعريفا للسياحة أشار فيه الى أهمية السياحة كعامل من العوامل الاقتصادية إذ قال "إنّ السياحة هي اصطلاح يطلق على كل العمليات وخصوصا العمليات الاقتصادية التي تتعلق بدخول الأجانب داخل منطقة معينة أو خارج أي بلدة أو دولة وترتبط بها ارتباطا مباشراً.

أما الأكاديمية الدولية للسياحة فقد عرفت السياحة بأنّها "تعبير يطلق على رحلات الترفيه أو هي مجموعة الأنشطة الإنسانية المعبأة لتحقيق هذا النوع من الرحلات وهي صناعة تتعاون على سد حاجات السائح"

وقد عرفت منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OECD) السياحة بأنّها "صناعة تعتمد على حركة السكان أكثر من حركة البضائع "

كما عرفها (عبد الرحمن ابو رباح) الأمين العام لاتحاد السياحة العربي بأنها "تغيير موقت الى بلد أو مكان يرتبط بعملية التعرف على بلدان أخرى, على الثقافة والحياة الاجتماعية أو الطبيعية ولغرض الاتصال والاحتكاك بهم"

وفي مؤتمر منظمة السياحة العالمية (WTO) المنعقد في أوتاوا – كندا عام 1991 تم وضع تعريفا أساسيا للسياحة ينص على "السياحة هي نشاط الأشخاص في السفر والإقامة في مناطق خارج بيئتهم الأصلية لمدة تقل عن سنة لغرض المتعة أو العلاج أو أي أغراض أخرى"

أما في قاموس اكسفورد فيعود مفهوم السياحة Tourism الى كلمة (Tour) والتي تعني (رحلة تبدأ من المنزل وتنتهي اليه، ويتم خلالها زيارة عدة اماكن أو عدة زيارات لاماكن يتم تنظيمها بواسطة شركات مختلفة) وفي قاموس اكسفورد الموجز جاء بانها (نظرية وممارسة الرحلات والسفر من أجل المتعة)

وقد عرفتها (جمعية السياحة) عام 1979: بانها أي نشاط يتعلق بحركة قصيرة الأجل للأفراد إلى وجهات خارج الأماكن التي يعيشون فيها بشكل طبيعي، والأنشطة التي يمارسونها خلال البقاء في هذه الأماكن.

وعرفت منظمة التجارة العالمية عام (1991) "بانها الأنشطة التي يقوم بها الشخص المسافر إلى مكان خارج بيئته المعتادة لمدة محددة من الزمن الذي يكون هدفه الرئيسي من السفر هو اكثر من ممارسة انشطة في المكان المقصود"

فقد عرفت السياحة من قبل الاكاديمية الدولية للسياحة عام 1961 "بانها تعبير يطلق على الرحلات الترفيهية , وهي مجموعة الانشطة الانسانية التي تعمل على تحقيق هذا النوع من الرحلات وهي صناعة تساعد على اشباع رغبات السائح"

المؤتمر العالمي للسياحة فقد عرفها عام 1963 "بانها مجموع النشاط الحضاري والاقتصادي الخاص بانتقال الاشخاص الى بلد غير بلدهم واقامتهم فيه مدة لا تقل عن 24 ساعة باي قصد عدا قصد العمل الذي يدفع اجره من داخل البلد المزار"

في حين عرفها الحلف الدولي للصحفيين والكتاب السياحيين السياحة بانها "الانتقال لأي غرض خارج المحيط الذي اعتاد عليه منتفعا من وقت فراغه لإشباع رغبته ايا كان شكلها في الاستطلاع ولسد حاجته من الراحة والاستجمام"

وقد عرفت الجمعية البريطانية السياحة عام 1981 بانها "مجموعة من الانشطة الخاصة والمختارة التي تتم خارج المنزل وتشمل الاقامة والبقاء بعيدا عن المنزل"

في حين عرفتها الامم المتحدة بانها "الانتقال الطوعي المؤقت من مكان الاقامة الدائم الى مكان اخر بقصد اشباع حاجة أو رغبة"

وأما اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي اسيا فقد عرفت السياحة بانها "ظاهرة حركية وديناميكية متعددة الابعاد في حياة الامم والشعوب من النواحي السياسية والاجتماعية والاقتصادية"

وأكدت منظمة السياحة العالمية بأن السياحة يجب أن تشتمل على مجموعة من النقاط وهي:

- تنطوي السياحة على تحرك الناس من موقع الى اخر خارج مجتمعهم المحلي.
- ان جهات القصد السياحية توفر نطاقاً من النشاطات والخبرات والتسهيلات.
- ان الحاجات والدوافع المختلفة للسائح تتطلب اشباعاً.

أما الأمم المتحدة وفي مؤتمر روما المنعقد عام 1963 والذي عقد لبحث شؤون السياحة الدولية فقد عرف السائح بأنه "الشخص الذي يسافر إلى بلد أخر غير البلد التي بها موطنه ويقيم بها لمدة تزيد عن أربع وعشرين ساعة من دون أن تطول إقامته الى الحد الذي يعد فيه البلد الأجنبي موطنا له"

وفي مؤتمر منظمة السياحة العالمية (WTO) المنعقد في أوتاوا/ كندا عام 1991 تم وضع تعريفا عاما للسائح على انه "الشخص الذي يقضي على الأقل ليلة واحدة في موضع إقامة عام أو خاص في المكان الذي يزوره"

وكذلك تُعرَّف السياحة على أنّها (عملية انتقال وقتية يقوم بها عدد كبير من سكان الدول المختلفة، فيتركون محل إقامتهم الدائم منطلقين إلى أمكن أخرى داخل حدود بلدهم وتسمى سياحة داخلية محلية, أو إلى بلدان أخرى وتسمى سياحة خارجية دولية)

ويتضح لنا أنّ هذا التعريف قد ميز بين نوعين من السياحة وهي السياحة الداخلية والسياحة الخارجية, ويمكن لنا أن نوضح ذلك من خلال إعطاء مفهوم خاص لكل نوع من أنواع السياحة المشار اليها بالتعريف السابق.

فتٌعرف السياحة الداخلية على أنَّها (النشاط السياحي الذي يتمّ من مواطني الدولة الداخلية لمدنها المختلفة التي يوجد بها جذب سياحي أو معالم سياحية تستحق الزيارة), أي أن السياحة الداخلية هي سياحة داخل حدود الدولة ولا تخرج عن نطاقها.

أما السياحة الخارجية فهي (عملية الانتقال والإقامة عبر حدود الدول والقارات المختلفة) .

ثانياً: مفهوم السائح

هناك عدة تعاريف توضح مفهوم السائح على الرغم من اختلاف الجهة التي صدرت منها التعاريف , فالسائح هو المحرك الاساس لعمل السياحة وبدونه لا توجد سياحة. وسوف نستعرض تعاريف السائح من قبل بعض المنظمات والاجهزة الرسمية ففي عام 1932 قامت لجنة الخبراء السياحيين بعصبة الامم المتحدة بابراز عدة مفاهيم للسائح. وهي:

- الاشخاص الذين يسافرون للراحة والمتعة أو لأغراض عائلية أو صحية.
- الاشخاص الذين يسافرون لحضور اجتماعات دولية.
- الاشخاص المسافرون في رحلات بحرية حتى لو كانت مدة اقامتهم اقل من 24 ساعة.

وفي عام 1937 اقرت لجنة الخبراء الاحصائيين التابعة لعصبة الامم المتحدة التعريف الاتي وهو "اي شخص يزور قطر ما غير القطر الذي اعتاد الاقامة فيه ولاكثر من 24 ساعة" وينطبق ذلك على الاشخاص المسافرين للمتعة أو العلاج أو المؤتمرات أو لاغراض العمل أو القيام برحلة بحرية حتى لو كانت اقل من 24 ساعة.

وقد وافق الايوتو Iuoto اي الاتحاد الدولي للسياحة والسفر على تعريف لجنة الخبراء الاحصائيين في الامم المتحدة غير انه اوحى بالتعديلات الاتية بعد اجتماعاته في برلين سنة 1950 ولندن 1957 وهي:

- عدَ الشباب والطلبة المقيمين بالخارج في بيوت الاقامة بالأجر أو في مدارس داخلية سواحاً.
- عدَ الاشخاص الذين يقضون اجازة أو لغرض التعليم أو لغرض العمل أو لغرض الزيارة سواحاً.

وفي عام 1954 عرف مؤتمر الامم المتحدة الخاص بالتسهيلات الكمركية للسفر السائح بأنه اي شخص بدون تمييز لعنصر أو جنس أو لغة أو دين يدخل منطقة دولة غير الدولة التي اعتاد الاقامة فيها ويبقى هناك مدة لاتقل عن 24 ساعة ولاتزيد عن سنة لاغراض مشروعة غير الهجرة مثل السفر للترفيه أو الرياضة أو الصحة أو الدراسة أو لاسباب عائلية أو الحج أو الاعمال.

وفي عام 1961 عرفَ السائح من قبل الاكاديمية الدولية للسياحة بمونت كارلو على انه الشخص الذي يسافر من أجل المتعة.

أما منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية وهي OECD فقد عرفت السائح بأنه الشخص الذي ينتقل مدة لاتقل عن 24 ساعة الى بلد غير بلده وموطنه المعتاد.

وفي عام 1963 عرف السائح من قبل مؤتمر الامم المتحدة الخاص بالسفر والسياحة بأنه الشخص الذي يزور بلداً ما غير البلد الذي يقيم فيه ولأي سبب كان ما عدا تلك التي يحصل بها على اجر من خلال زيارته لذلك البلد.

وهذا التعريف يشتمل على الاغراض الاتية وهي قضاء وقت الفراغ والعطل ولغرض العمل والصحة والدراسة والرياضة والمؤتمرات ولزيارة الاماكن الدينية

وزيارة الاهل والاصدقاء.

كما عرف الحلف الدولي للصحفيين والكتاب السياحيين بفرنسا السائح "بأنه الشخص الذي ينتقل لغرض ما خارج المكان الذي اعتاد الاقامة فيه حيث يستفيد من وقت الفراغ لاشباع رغباته في الاستطلاع تحت اي شكل من اشكال هذه الرغبة ولسد حاجته من المتعة"

أما الامم المتحدة فقد عرفت السائح بأنه "الشخص الذي يسافر من بلد لآخر غير البلد الذي يقيم فيه مدة تزيد على 24 ساعة دون ان تطول اقامته الى الحد الذي يعده فيه البلد الاجنبي موطناً له" .

بينما عرفت منظمة السياحة العالمية السائح "بأنه الزائر الذي يقضي ليلة واحدة على الاقل في اماكن الاقامة الجماعية أو الخاصة في البلد الذي يزوره".

أما تعريف السائح من قبل بعض الكتاب الاجانب فقد عرفه أوكيفلي بأنه "الشخص الذي تتوافر فيه عدة شروط وهي الانتقال من موطنه مدة اقل من سنة , ومن ثم الاقامة المؤقتة في البلد الجديد , والانفاق من ماله الخاص دون ان يكسبه في البلد المضيف".

أما Ibrahim and martin فقد عرفا السائح بأنه "الشخص الذي يسافر بعيدا عن محل اقامته لغرض الترفيه وانفاق الاموال على الفعاليات الترويحية خلال الاجازات"

وعرف Lundberg السائح بأنه "الشخص المسافر لغرض الترفيه أو العمل ومن ثم البقاء بعيداً عن سكناه مدة لاتقل عن ليلة واحدة".

وأما Burkart and medlik فقد عرفا السائح "بأنه الشخص الذي يسافر خارج محل اقامته المعتادة سواء أكان للعمل ام المشاهدة خلال فترة مؤقتة.

في حين عرفه Davidson بأنه " الشخص الذي يكون بعيداً عن محل اقامته ويكون وسفره اساساً لغرض الترفيه أو العمل تكون زيارته قصيرة ومؤقتة".

أما بخصوص الكتاب العرب فقد عرفه (بركات) بأنه الشخص الذي يزور بلداً ما غير البلد الذي يقيم فيه عادة لاي سبب من الاسباب ما عدا قبول وظيفة باجر في الدولة التي يزورها

أما (البكري) فقد عرف السائح بأنه الزائر المؤقت الذي يمكث ما لا يقل عن 24 ساعة في القطر الذي يزوره باي دافع عدا دافع الحصول على عمل تدفع اجوره من داخل البلد المزار

وعرفه (الخضيري) بأنه الفرد الذي يزور مكاناً ما غير المكان الذي يقيم فيه، مدة لاتقل عن 24 ساعة

ثالثاً: أهمية السياحة

تتجه دول العالم كافة الى تطوير السياحة وتنميتها نظرا لآثارها الاقتصادية الاجتماعية والثقافية وللمزايا التي تحققها، إذ أنّها تتميز بنظافتها ووفرة الحصيلة من العملات الأجنبية، وكذلك سرعة العائد المتوقع وقصر مدة الانتظار، وكذلك تتميز بأنّ السائح هو الذي يذهب للحصول على السلعة أي لا يحتاج الى شحن أو تحرك مكاني للمنتج.

ويمكن بيان أهمية السياحة، عن طريق التعرف على تأثيراتها في البيئة والاقتصاد والمجتمع وذلك عن طريق النقاط الآتية:

1- تساعد السياحة على تحقيق نهضة للأقاليم المختلفة، عن طريق إقامة البنى التحتية والفوقية والتي لا تقتصر الاستفادة منها على السياح الوافدين، بل تشمل فائدتها سكان الإقليم المقيمين فيه مثل الطرق والجسور وشبكات الماء والصرف الصحي والكهرباء والخدمات الصحية والعلاجية.

2- تعمل السياحة في المحافظة على المواقع الأثرية والتاريخية من التدمير والاندثار، عن طريق الإدامة المستمرة لكونها تمثل عنصرا من عناصر الجذب السياحي.

3- تحافظ السياحة على البيئة الطبيعية كما خلقها الله وبعيدا عن تدخل الإنسان، عن طريق إقامة المحميات الطبيعية النباتية والحيوانية واستغلال مثل هذه المحميات كعناصر جذب سياحي طبيعي

4- تساعد على تشجيع الاستثمار المحلي والأجنبي بالشكل الذي يدعم دور الدولة في إقامة البنى الفوقية والتي تمثل أحدى المرتكزات الأساسية للسياحة، مثل إنشاء الفنادق والمطاعم وأماكن التسلية والترفيه.

5- تعمل السياحة على توفير فرص العمل للأيدي العاملة الماهرة وغير الماهرة، لكونها قطاعا كثيف العمالة يقوم على الجهد البشري بالدرجة الأساس.

6- المساهمة في توفير العملة الصعبة لكونها موردا اضافيا وقد يكون رئيسا من موارد الدخل القومي للبلد.

7- تساعد السياحة على النهوض بالصناعات الشعبية والتقليدية والتي يقبل السياح على اقتنائها كتذكارات للمناطق التي يزورونها.

8- تساهم في إعادة التوازن الى ميزان المدفوعات في حالة حصول أي عجز فيه ناتج من حركة راس المال السلبية أي خروج الأموال خارج الدولة .

9- تساعد على تحقيق التوازن الاقتصادي بين مختلف مناطق الدولة وكذلك توزيع الدخل بين الريف والمدينة.

10- تساعد السياحة على نشر الثقافة وإحياء العادات والتقاليد عن طريق اقامة المهرجانات الثقافية والفنية.

11- صارت السياحة يوما بعد أخر ترتبط بنمط حياة الأشخاص، وذلك لما توفره من فرص التخلص من ضغوط وتعقيدات الحياة اليومية، فهي تساعد على توفير الراحة والاسترخاء وإمكانية فعل شي مختلف في بيئة جديدة.

12- تساهم السياحة في خلق الأثر المضاعف للأنفاق السياحي عن طريق توسيع دائرة انتقال النقود داخل الاقتصاد المحلي، مما يؤدي الى زيادة الطلب والإنفاق والذي يمكن التعرف على حجم تأثيره في المجتمع عن طريق التنمية الاقتصادية للمنطقة والحاجة الى القوى العاملة

وبسبب هذا الدور المهم للسياحة وتأثيرها الكبير في كل نواحي الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والحضارية، وجب على الدول الاهتمام بتحديد الامكانات الذاتية المتوفرة لغرض قيام نهضة سياحية. وهذا يتطلب دراسة وتحديد الدوافع والاغراض التي تدفع الاشخاص للسياحة والسفر، ومن ثم تحديد أهم الاحتياجات اللازمة لسد حاجة هؤلاء الاشخاص واشباع رغباتهم.

المبحث الثالث

أنواع السياحة

أولاَ: سياحة الاستجمام

هو سياحة النقاهة ويميل هذا النوع من السياحة إلى الهدوء والراحة والاستجمام وقضاء الإجازات، هدفها المتعة والترفيه والترويح عن النفس، فالسياحة الاستجمامية هي الجزء الأكثر معنوية في السياحة.

ثانياً: السياحة الدينية

هذا النوع من السياحة يشمل السفر إلى الأماكن الدينية للعبادة وزيارة الأماكن المقدسة وتشكل نسبتهم نسبة كبيرة من أنواع السياحة الأخرى ومنها حج بيت الله الحرام.

ثالثاً: السياحة الثقافية

وهي سياحة الأماكن المعروفة بآثارها، والتي عرفت حضارات قديمة وحديثة في سبيل الاطلاع والمشاهدة العينية على أصالة وطبيعة الشعوب والتعرف على تاريخهم وحضاراتهم والاطلاع على التقاليد والعادات الاجتماعية.

رابعاً: سياحة رجال الإعمال

وهي نوع جديد من السياحة برز في القرن الماضي يتمثل في عقد المؤتمرات لزيارة الأسواق والمعارض التي تتضمن قطع أثرية لا تقدر بثمن.

خامساً: سياحة العلاج والاستشفاء

وهي السياحة إلى مناطق مشهورة باحتوائها على المستشفيات والمصحات ودور العلاج لأنواع معينة من الإمراض، ويتجه سياح هذا النوع من ذوي العاهات والإمراض

الجسمية المختلفة كالإمراض الرماتيزية والصدرية وغيرها إلى الأماكن العلاجية حيث الينابيع المعدنية المنتشرة في ايطاليا، أوالى الأماكن ذات مياه العيون المشهورة بمياهها الحارة.

سادساً: سياحة الصيد:

وهي الرحلات التي يقصد فيها صيد الطيور بأنواعها البرية والمائية وصيد السمك.

سابعا: السياحة الرياضية

يعد نمطاً جديداً من أنواع السياحة وتهتم مزاولة الرياضة البحرية أو تسلق الجبال أو رياضة الشتاء (التزحلق) أو العدو في الأماكن المفتوحة

ثامنا: السياحة السياسية

تعني الاشتراك في المناسبات والإحداث السياسية وتتبع بما يصاحبها من تسهيلات السفر والمهرجانات والاحتفالات إي بقصد الاشتراك في حدث ذي أهمية، مثل انعقاد المؤتمرات السياسية العالمية أو الاقليمية أو القطرية.

تاسعا: سياحة بانوراما الإرهاب

والقائمة على مشاهدة (أو المشاركة) السياح لبعض اللقطات التمثيلية المستمدة من قصص الجريمة والإرهاب المشهورة المرتبطة بالمشاهير من زعماء وإبطال الجريمة.

عاشرا: سياحة الحوافز

وهي السياحة المتبنات من قبل الشركات المختلفة لغرض زيادة مبيعاتها من السلع والخدمات إثناء هبوط مستوى المبيعات أو إثناء طرح منتوج جديد في السوق.

احدى عشر: السياحة البيئية

أو ما يسمى بالسياحة البديلة القائمة على احترام الطبيعة وحياتها ومعالجة الإضرار الملحقة بها وقد ظهرت هذه السياحة في عام 1986.

اثنى عشر: سياحة الاهتمامات الخاصة

وتعرف بكونها السياحة المعنية بمداراة بعض الاهتمامات والهوايات الخاصة لدى السياح مثل رحلات مشاهدة خسوف القمر وكسوفا.

ثلاثة عشر: السياحة الفضائية

ظهرت سياحة الفضاء في السنوات الأخيرة كنتاج للتطور المذهل في التكنولوجيا الحديثة وهي القيام برحلة سياحية في الفضاء الخارجي وفي المستقبل سيتم إطلاق المركبات الفضائية التي تحمل الركاب العاديين وبعدد أكثر من السياح.

اربعة عشر: سياحة المهرجانات

وهي العامل الرئيسي في التواصل بين شعوب العالم والسياح وتضم فعاليات متنوعة.

خمسة عشر: سياحة المغامرات

يقصد بهذا النوع من السياحة زيارة الأماكن البعيدة عن المدن كالغابات والصحاري والواحات المنتشرة في أماكن عديدة من العالم.

ويمكن تقسيم السياحة وفقاً للاتجاهات الاتية:

1- وفقاً للعدد (السياحة الفردية، والسياحة الجماعية) .

2- وفقاً للجنسية وتشمل (سياحة عالمية، وسياحة المغتربين، السياحة الداخلية) .

3- وفقـاً للعمـر تظـم (سـياحة، الطلائـع، سـياحة الشـباب، سـياحة ألناضـجين سـياحة المتقاعدين) .

4- وفقاً مدة البقاء (سياحة الإقامة، السياحة الموسمية، سياحـــــة التنقل) .

5- وفقـاً للموسـم السـياحي وطبيعتـه (السـياحة ألشـتوية السـياحة الصـيفية، سـياحة المناسبات) .

6- وفقاً للمنطقة الجغرافية التي يقبل منها السائح وأماكن القصد السياحي التـي يقصـدها السائح (سياحة الاستضافة، السياحة الخارجية، السياحة الداخلية) .

الفصل الثاني

مدخل عام في التخطيط

ويشتمل هذا الفصل على المباحث التالية:

- ✍ **المبحث الأول: النشأة والتطور**
- ✍ **المبحث الثاني: المفهوم والخصائص للتخطيط**
- ✍ **المبحث الثالث: أنواع التخطيط**

الفصل الثاني

مدخل عام في التخطيط

المبحث الاول

النشأة والتطور

أولاً: نشأة التخطيط

يُعدّ التخطيط من أبرز الظواهر البشرية التي تُميز الإنسان عن باقي المخلوقات والذي يبدو أنه ظهر مع بداية اتخاذ الإنسان المدن وهو أمر منطقي, إذ إن الاستقرار المدني يقتضي التخطيط وبحسب الحوادث التاريخية فإنه يشير إلى ظهور المدن مع بداية عصر فجر السلالات (العصر السومري) عام (2370) ق.م. ثانياً: التطور التاريخي.

إن التطور التاريخي للتخطيط وضحه بعض الكتاب بمراحل أربع مثلما مبين في الجدول (1) :

جدول (1-2) تطور الفكر التخطيطي

المرحلة	المدة	الأحداث
الأولى	ما قبل القرن العشرين	استعمل بدون تحديد واضح لمفهومه في الجوانب العسكرية أو المعمارية بنشاط تخطيطي كبير حيث إن بناء الاهرامات والجنائن المعلقة والمدن القديمة الأخرى بمواصفات فنية عالية الجودة ينم عن قدرات تخطيطية لا يمكن الاستهانة بها.

المرحلة	المدة	الأحداث
الثانية	من مطلع القرن العشرين حتى عام 1920م	ظهور التخطيط الاقتصادي عام 1900م على يد الاقتصادي النرويجي كرستيان شونهيدر حيث أدخل لفظ التخطيط في بحث له حول "أسلوب التخطيط الاقتصادي" فضلا عن نشوب الحرب العالمية الأولى عام 1914م عزز من فكرة التخطيط الاقتصادي إلى جانب التخطيط العسكري من أجل تحقيق الاستخدام الأمثل للموارد الاقتصادية, ونشوب الثورة البلشفية في روسيا, وأيضا ظهور النظام الاقتصادي الاشتراكي ونظام التخطيط المركزي الذي بدأ يبرز منذ نجاح الثورة عام 1919م.
الثالثة	تحددت من 1920م إلى 1945م	قيام الاتحاد السوفيتي بوضع خطة خمسية للتنمية (1928-1933) بهدف تحويل اقتصاده من اقتصاد زراعي متخلف الى اقتصاد صناعي متقدم, وظهور الأزمة الاقتصادية الدولية عام 1929م أو ما عرف بالكساد العظيم وقد نجم عن هذه الأزمة مشكلات اقتصادية واجتماعية عديدة في الكثير من الدول الأوربية, ونشوب الحرب العالمية الثانية وتبنى كثير من الدول المشاركة في الحرب وفكرة التخطيط الاقتصادي والعسكري, مما ساهم في انتشار التخطيط كعلم واستراتيجية.
الرابعة	من 1945م حتى وقتنا الحاضر	تطبيق التخطيط الاقتصادي في الكثير من دول العالم, وقد نجم عنها زيادة كبيرة في أهمية التخطيط كاستراتيجية لمواجهة المشكلات, عملية التخطيط أصبحت مشتركة بين ذوي التخصصات الهندسية المعمارية والبيئة وذوي التخصصات الإنسانية.

المبحث الثاني

المفهوم والخصائص

أولاً: مفهوم التخطيط

إن التخطيط بمفهومه العام يأخذ أشكالاً عديدة تبعاً لتعدد الموضوعات التي يدرسها, واختلاف وجهات نظر المخططين وخلفياتهم العلمية، ولقد تطرق العديد من الباحثين لتعريف التخطيط، ونذكر هنا بعضاً من هذه التعاريف في الآتي:

1- "الطريق في التفكير بحل المشاكل والمعضلات الاقتصادية والاجتماعية ويكون موجها للمستقبل, وبذلك لابد من وجود ترابط منطقي ما بين الأهداف والقرارات , أي: (العمل والوسيلة) وهما برنامجان شاملان وعليه فإن فكرة إصدار القرارات يجب أن تكون متكاملة وشاملة" يتضح أن هذا التعريف قد ركز على الاستمرارية في وضع الحلول للمشاكل.

2- "عبارة عن وضع القرارات الكلية المتعلقة بماذا؟ وكم ينتج، وكيف ومتى وأين؟ وذلك على أساس تقرير واعٍ من سلطة حازمة وعلى أساس شامل للنظام الاقتصادي" ويبدو لنا إن هذا التعريف وضع القرارات المرتبطة بالزمن من أجل الوصول الى تقرير شامل لنظام الاقتصادي.

3- "جهد موجه ومقصود ومنظم لتحقيق هدف أو أهداف معينة في مدة محددة وبمال وجهد محددين" وهنا أستطاع conyers أن يشير إلى التنظيم في تحقيق الأهداف من خلال استغلال المال والجهد بأقصى ما يمكن.

4- "الأسلوب العلمي والعملي في حصر الموارد المادية والبشرية والمالية لاستخدامها الكفوء من أجل تنظيم عملية التنمية الاقتصادية ولغرض رفع المستوى المعاشي

وسد حاجات المجتمع المتنامية" وهو يشير هنا إلى كيفية استخدام الموارد كافة من أجل رفع المستوى المعاشي للمجتمع.

5- "كلمة غامضة وصعبة التحديد لأن التخطيط هو العمل الذي يقوم به المخطط وهو نشاط عام يرمي إلى تحقيق أهداف محددة مسبقا وهو سياسة لأن الخطة الاقتصادية والاجتماعية التي ترسمها الدولة تكون بمثابة مرآة تعكس السياسة العامة للدولة" ويتضح لنا أن هذ التعريف ركز في سياسة الدولة كون التخطيط غامض وصعب التحديد.

6- "إنه العملية التي يتم بموجبها اختيار أفضل طريق أو مسار يكفل تحقيق هدف معين" يتضح لنا محدودية التعريف ضمن إطار تحديد أفضل البدائل المناسبة من أجل تحقيق الهدف المنشود.

7- "جهد مبرمج عقلاني يرسم صورة مبتكرة للمستقبل، محدداً بأبعاد زمانية ومكانية للتطبيق، ومن الممكن أن يكون جزئياً لقطاع دون غيره، وقد يكون تخطيطاً شاملاً تعده أجهزة الدولة لتدرس فيه أحوال المجتمع برمتهاً ويبين هنا التعريف أن التخطيط يكون على عدة أشكال سواء جزئي أو شامل وذو جهد مبرمج للمستقبل.

8- "مجموعة من القرارات والإجراءات التي تُتخذ من قبل متخصصين وتستند على أسس نظرية قابلة للتطبيق على واقع الحال من أجل تنظيم أو تطوير أو تنمية قطاع معين أو من أجل تحقيق تنمية شاملة من خلال الاستثمار الأمثل للموارد الطبيعية والبيئية والبشرية بما يحقق تحسين الوضع الاقتصادي والاجتماعي ومن ثم تحقيق الرفاهية للمجتمع" ويتضح لنا في هذا التعريف دور المتخصصين في مجال التخطيط وما يتركه من لمسات من أجل تحقيق النجاحات ورفاهية المجتمع.

9- "ليس هدفاً بحد ذاته وإنما هـو أداة لتوجيـه التغـير المنشـود عـلى إجـراء مسـح شـامل ومتكامل لمعرفة الواقـع المطلـوب بأحـداث التغـير والتنبـؤ بالأسـلوب العلمـي لمـا يـراد الوصول إليه" ويتبين لنا إن هذا التعريف أشار إلى ارتباط التخطيط بـأداة التوجيـه مـن أجل التنبؤ وتحقيق الهدف.

10- "عملية مستقبلية تهدف إلى تحقيق انتقال منظم من موقـف حـالي الى موقـف مسـتقبلي مستهدف يفوقه قيمة ويفوقـه قـدرة عـلى الاداء" ويشـير هنـا التعريـف الى المسـتقبل واستخدام الأداء العالي في العمل.

ثانياً: خصائص التخطيط

تتفاوت كل خصيصة في إنجاح عملية التخطيط بتفاوت ظـروف المكـان والزمـان, وفـيما يأتي توضيح لأهم هذه الخصائص:

1- الواقعيـة Realism: المقصـود منـه أن تصـاغ الأهـداف في حـدود الإمكانيـات وفي نفـس الوقت معبرة عن حاجات المجتمع بشـكل موضـوعي وعلمـي, مـع الإشـارة الى تحديـد المدة الزمنية بحسب متطلبات كل هدف.

2- الدقة Accuracy: من أجـل أن تكـون الخطـة دقيقـة يحتـاج التأكـد مـن مصـداقية المعلومات لـدى المخطـط مهـما كانـت المـوارد البشريـة والماديـة المتـوفرة للتنبـؤ في المستقبل, مع صحة الأساليب الإحصائية والرياضية كافة من خلال تحليلها وتفسيرها, والتقديرات المستقبلية الكفيلة بتنفيذ الأهداف وتحقيقها بدقة عالية.

3- الأولوية Priority: تـأتي أهميتهـا في الخطـة مـن أجـل المصـلحة والحـرص عـلى تحقيـق التنمية الهادفة في الوقت المحدد, وتتحقق الخطط التنموية لو كان هنالك دقة في جمع البيانات وتحليلها وهذا يوفر في ترتيب المشاكل والاحتياجات وبحسـب درجـة أهميتهـا وأولويتها.

4- التكاملية Complementary: تعد أهم نتائج التنسيق وتحرص الخطة التنموية الناجحة عليها, وإن ميزات التكاملية توفير الجهد والتكاليف والزمن, وتساعد في تطوير وإنشاء بعض المشاريع التنموية, وتعمل على تطوير الخبرات المحلية والوطنية.

5- المرونة Flexibility: ويعني بها أن تكون الخطة قابلة لتغيرات الظروف والأحداث الطارئة, دون أن يتم إلغاء الخطة أو توقف العمل فيها لمدة زمنية طويلة, وبدون أن تكون هنالك خسائر كبيرة أو تأثير كبير في فاعليتها.

6- التنسيق Coordination: ويقصد أن تكون كل أجزاء الخطة متناسقة, ويكون التناسق في الأهداف والوسائل والسياسات وكل الموارد المتاحة في المجتمع والاستخدامات المخطط لها.

7- الامثلية Optimization: هي التي تضمن الاستعمال الأمثل للموارد واستبعاد الهدر بأقل تكلفة ممكنة في كافة مراحل تطبيق الخطط.

8- الشمولية Comprehensiveness: يعني شمول الخطة لجميع نواحي الحياة في المجتمع, وينبغي الوصول إليها بالتدرج , والشمول يعني: أن تشمل على المتغيرات الاقتصادية والأساسية واللازمة لسير الاقتصاد القومي, وعدم ترك المتغيرات الأساسية خارج عملية التخطيط لأنه سيؤدي إلى ظهور الاختناقات في سياق تنفيذ هذه الخطة.

9- الاستمرارية Continuity: التخطيط عملية مستمرة, ومتصلة وغير منقطعة ولا تنتهي بانتهاء صياغة الخطة وتنفيذها, وأن تكون هنالك متابعة مصحوبة بسياسة جميع خطوات العملية لضمان استمرار العملية التخطيطية.

10- - المركزية والديمقراطية Centralization and Democracy: ويقصد المركزية

في التخطيط لا في التنفيذ, ويقتضي توزيع العملية التخطيطية واتخاذ القرار بين هيئـات التخطـيط المركزيـة واللامركزيـة في المشروعـات والوحـدات الإنتاجيـة التـي تصـل الى السلطات العليا.

11- الإلزام Imperativeness: وتعني عند الانتهاء من وضع الخطة وإصدار قانون من قبـل السلطات التشريعية تصبح هذه الخطة ملزمة للجميع وسوف يعاقب كل مـن يخـالف الاتجاهات العامة الواردة في الخطة.

المبحث الثالث

أنواع التخطيـط

تتعدد أنواع التخطيط نظراً لتعدد المعايير التي تصنف على أساسها:

1- **التخطيط بحسب المدة الزمنية:** يتضمن ثلاثة أنواع من التخطيط كما يأتي:

2- **تخطيط طويل الأمد/الأجل** (Long – range Planning) : يغطي مـدة زمنيـة طويلـة, وبالطبع تختلف هذه المدة وذلك بحسب طبيعة النشاط , وغالبا ما تغطي مدة ما بـين (3-5) سنوات, إذ كلما كانت المـدة طويلـة زادت صعوبة التنبـؤ بـالظروف المسـتقبلية بصورة دقيقة, ويشتمل هذا النوع بشكل عام على أهداف عامة ولا يتناول التفاصيل.

3- **تخطيط متوسط المدى/الأجل** (Medium – range Planning) : يغطي هذا النوع من التخطيط مدة زمنية قد تمتد من سنة إلى ثلاث سنوات, وتوضـع الخطـط قصيرة المـدى استناداً للخطط طويلة المدى, في حين تشـتمل عـلى أكـثر وتسـعى إلى تحقيـق الأهـداف التي تتضمنها الخطط طويلة المدى.

4- **تخطـيط قصير المـدى** (Short – range Planning) : وتـتراوح مـدة هـذا النـوع مـن الخطط من شهور إلى سنة, ويعتمد عمرها على أهـدافها, وتشـكل هـذه الخطـط عـادة أداة تنفيذيـة لتحقيـق الأهـداف الـواردة في الخطـط متوسـطة الأمـد, وتمتـاز بالدقـة والواقعية وصدق تنبؤاتها لقصر وقتها.

1 - **التخطيط بحسب المستوى المكاني:**

ويندرج تحت هذا الأساس التصنيفي أربعة أنواع رئيسة هي:

1- التخطيط المحلي (Local) : ويتم على مستوى التجمعات السكانية كالمدن والقرى أو أجزاء منها.

2- التخطيط القومي أو الوطني (National) : ويكون على مستوى البلد أو الدولة.

3- التخطيط الإقليمي (Regional) : وهو أسلوب تخطيطي تنموي ينصب الاهتمام به على إقليم معين بهدف تحقيق التوزيع العادل لمكاسب التنمية الاقتصادية, وإشباع الحاجات الأساسية للسكان, وتفعيل دورهم في عملية التنمية وتعزيز اعتمادهم على الذات ورفع مستوى معيشتهم "

4- التخطيط الدولي (International) : ويكون على المستوى العالمي الدولي.

2 - التخطيط من حيث الاستخدام:

في هذا المعيار من التخطيط يمكن تصنيفه إلى نوعين:

1- تخطيط لمرة واحدة (Single - use) : ويتم العمل في هذا النوع لمره واحده فقط, وتوضع لمواجهة حالة أو موقف طارئ, وتتضمن أهداف تفصيلية وتصبح عديمة الفائدة حالما يتم تحقيق الأهداف, ومن أمثلة هذا النوع من التخطيط البرامج" وهي عبارة عن مزيج / تركيب من الأهداف والنشاطات والسياسات والإجراءات الواجب القيام بها, وتحديد الموارد اللازمة لإنجاز عمل معين" , والموازنات" هي خطة غالبا تمتد لسنة تصف بطريقة رقمية توزيع الموارد من أموال ومواد وعناصر بشرية وغيرها على النشاطات التنظيمية موزعة لكل نشاط مثل ساعات العمل, وساعات تشغيل الآلات, ومستويات المخزون, ووقت الحاسوب وغيرها, وهنالك أنواع عديدة من الموازنة من أهمها, وموازنة إيرادات, وموازنة نفقات, وموازنة أرباح, وموازنة نقدية وغيرها.

2- تخطيط متكرر الاستعمال Standing Plan: تتصف هذه الخطط باستمرارية التطبيق في المنظمات وتشمل:

- السياسات Policies: السياسة عبارة عن خطة توفر إطاراً عاماً لمساعدة المسؤولين في المنظمة في عملية صنع القرارات, فهي عبارة عن موجه ومرشد لصانع القرار لمساعدته في الوصول إلى الأهداف المنشودة بصورة صحيحة وسليمة.
- الإجراءات Procedures: الإجراء عبارة عن خطة تفصيلية تتضمن سلسلة خطوات متتابعة زمنياً لإنجاز عمل مستقبلي وتوضح هذه الخطة عادة ما الذي يجب عمله؟ ولماذا؟ ومن يقوم بالعمل, وكيف ومتى وأين؟ والتي تعد أكثر تحديداً وتفصيلاً ودقة من السياسات, ولا تترك الإجراءات مجالاً لحرية التصرف للعامل في إنجاز العمل.
- القواعد Rules: هي عبارة عن تعليمات محددة تتضمن الأمر أو النهي, أي توضح للفرد وتحدد له ما الذي يجب القيام به من عمل أو سلوك محدد؟ وما الأعمال التي يجب عليه القيام بها.

3 - التخطيط بحسب الوظيفة

1- التخطيط المالي Financial Planning: ويتضمن وضع الخطط المالية وتحديد النسب والميزانيات الموضحة للسيولة والربحية للاستثمارات والقروض أو الصرف والقبض وكل ما يتعلق بإيرادات المنظمة ومصروفاتها وممتلكاتها المنقولة والثابتة.

2- التخطيط للموارد البشرية Planning Manpower: هو العملية التي تتأكد المنظمة من خلالها أن لديها الأعداد والأنواع المناسبة من العاملين في الأماكن المناسبة والوقت المناسب والقادرين على القيام بكفاءة وبفعالية بتلك المهام التي تسمح للمنظمة بإنجاز أهدافها.

3- التخطيط الإنتاجي Production Planning: عبارة عن عملية تصميم مسار عمليات الإنتاج وجدولة الأعمال من أجل ضمان الاستخدام الأمثل للأفراد والآلات والمواد واعتماد الوسائل الكفيلة واللازمة لضمان انسياب العملية الإنتاجية في المصنع وفقاً لما هو معد مسبقاً.

4- التخطيط السلعي Product planning: ويقوم على أساس معرفة احتياجات المنظمة من السلع المنتجة والسلع البديلة ويعتمد على أساس معرفة احتياجات السوق بعد دراسة حاجات المستهلكين وأذواقهم من السلع ومواصفاتها التي يمكن أن تلبيها.

5- التخطيط التنظيمي Organizational Planning: ويتم التطرق في هذا النوع إلى وضع الهياكل والخرائط التنظيمية وتصميم المكاتب وتحديد طرق الاتصال وتبسيط إجراءات العمل داخل المنظمة وبين أقسامها المختلفة.

4 - الخطط على وفق المستوى الإداري:

ظهرت أنواع من الخطط على وفق المستوى الإداري ومستوى القطاع ومستوى النشاط الذي تخدمه فهناك ثلاث خطط وهي:

1- الخطط الاستراتيجية (Strategic Plan) : تكون المدة الزمنية لهذا النوع من الخطط طويلة, إذ يتولى القيام بهذا النوع من التخطيط عادة المستويات الإدارية العليا, ويتم من خلالها تحديد أهداف بعيدة المدى من أجل الحصول على الصورة التي يراد أن تكون عليها المنظمة مستقبلا.

2- الخطط التكتيكية (Tactical Plan) : هي خطط قطاعية تخصصية متنوعة ومتوسطة المدى الزمني (سنة عادة) تخدم كل إدارة بالمنظمة, وهي متفرعة من الخطط الاستراتيجية, وتحقق أهداف كل إدارة أو قطاع في المنظمة "ويعد المدراء العامون,

ومدراء القطاعات ومدراء الإدارات, ومراقبو الجهات المسؤولة عن إعداد وتنفيذ الخطط التكتيكية, إذ تتحمل كل إدارة إنجاز الخطة المتعلقة باختصاصاتها ومجالاتها, وهذا المستوى يمثل حلقة الوصل بين المستوى التشريعي والاستشاري (الإدارة العليا) للخطة, وبين المستوى التنفيذي الفعلي لها (الإدارة الإشرافية) .

3- الخطط التشغيلية (Operational Plan) : هي الخطط القصيرة المدى الزمني (أقل من سنة عادة) ومتخصصة تخصصًا دقيقًا ومحددة النطاق في نشاطها التنفيذي, وتكون متفرعة من الخطط التكتيكية وتحقق أهداف الأقسام والشُعب التابعة لكل إدارة.

5 - التخطيط بحسب القطاع:

ويتضمن أنواع عديدة من التخطيط منها على سبيل المثال التخطيط الاجتماعي والتخطيط الاقتصادي والتخطيط البيئي والتخطيط الزراعي والتخطيط الحضري.

1- التخطيط الاجتماعي: يهتم بدراسة المسائل المتصلة بالنظم الاجتماعية ويسعى الى الارتقاء بالأوضاع المتصلة بالصحة العامة ونشر الطب العلاجي والوقائي للقضاء على وفيات الطفولة المبكرة, ويهتم كذلك بشؤون السكان والنظافة العامة , ورفع المستويات التربوية والفنية والجمالية ومحاربة الانحرافات والاتجاهات الإجرامية والقضاء عليها, واهتمامه بالقضاء على العادات الضارة ومحاولة غرس عادات واوضاع جديدة, والاهتمام بالمؤسسات الترفيهية مثل النوادي والساحات والمخيمات.

2- التخطيط الاقتصادي: ويتم من خلاله تحديد الطرائق المستعملة لتحقيق الأهداف الاقتصادية المرجوَة من عملية التخطيط, وتوجيه استعمال الموارد المتاحة في أفضل أنواع المشاريع والتي تحقق أقصى إشباع لأفراد المجتمع, وعليه يعرف التخطيط الاقتصادي " بأنه تحكم سلطة عامة في الاقتصاد القومي ونقله أو تحريكه من حالة

معينة إلى حالة مستهدفة له في المستقبل "

3- التخطيط البيئي: إن عمليات التخطيط البيئي مكملة ومتكاملة مع عمليات تخطيط التنمية الشاملة ويمكن عدّ السياسات الخاصة بالتنمية البيئية جزءاً لا يتجزء من السياسة العامة للتنمية الشاملة.

4- التخطيط الزراعي: ويشمل دراسة التربة والري وتنوع المزروعات, وإمداد عالم الزراعة بالمال اللازم والآلات الزراعية, والتنمية الزراعية عملية ملازمة للتخطيط فلا يمكن تحقيق تنمية زراعية بدون تخطيط زراعي, ومن أجل السير بالزراعة قدمًا يجب أن توضع خطط تنموية متعددة, وبهذا تحتاج التنمية هنا إلى التخطيط للوقوف والاستناد عليه في عملية التنمية.

5- التخطيط التعليمي: يعني رفع مستوى التعليم بين السكان عن طريق فتح المدارس لتزود المواطنين بالمعرفة الضرورية وكذلك تنميته من جميع جوانبه وتزويدهم بالمفاهيم المطلوبة لمعنى المواطنة, لقد زاد الاهتمام بالتخطيط التربوي بعدما لاحظ القائمون بالتخطيط الاقتصادي بإن التخطيط الاقتصادي لا يبلغ أهدافه ولا يكون صحيحاً إلا إذا رافقه وداخله تخطيط للتربية.

6- التخطيط الصحي: إن عملية التخطيط تبدأ من دراسة وتقدير حجم الاحتياجات الصحية المطلوبة ثم تحديد حجم الموارد وأنواعها التي يجب استخدامها لتحقيق عملية التخطيط الصحي وبعدها يتم ترتيب الأهداف بحسب الأهمية يليها اتخاذ الإجراءات الإدارية من أجل الوصول إلى هذه الأهداف, ولابد حتى يتم تحقيق هذه الاهداف من تحديد جميع العوامل المؤثرة في صحة الفرد والمجتمع وطبيعة هذا التأثير.

7- التخطيط السياحي: ويمكن النظر إلى التخطيط السياحي بوصفه شكلًا من

أشكال التخطيط للتنمية الاقتصادية، الذي يتوجه نحو أهدافها المتصلة بالسياحة، ومن الأمثلة على التخطيط السياحي ما يأتي:

أ- خطة لزيادة عائدات النقد الأجنبي للبلد من خلال تشجيع نمو السياحة.

ب- خطة لتحسين العمالة المحلية من خلال صناعة السياحة.

ج- دور كبير في تحقيق الاستثمارات والخطط السياحية على المستويات كافة, ويتم الوصول إلى الاهداف المرسومة بشكل دقيق وناجح, وسيتم التطرق اليه بشكل مفصل في المبحث الثاني

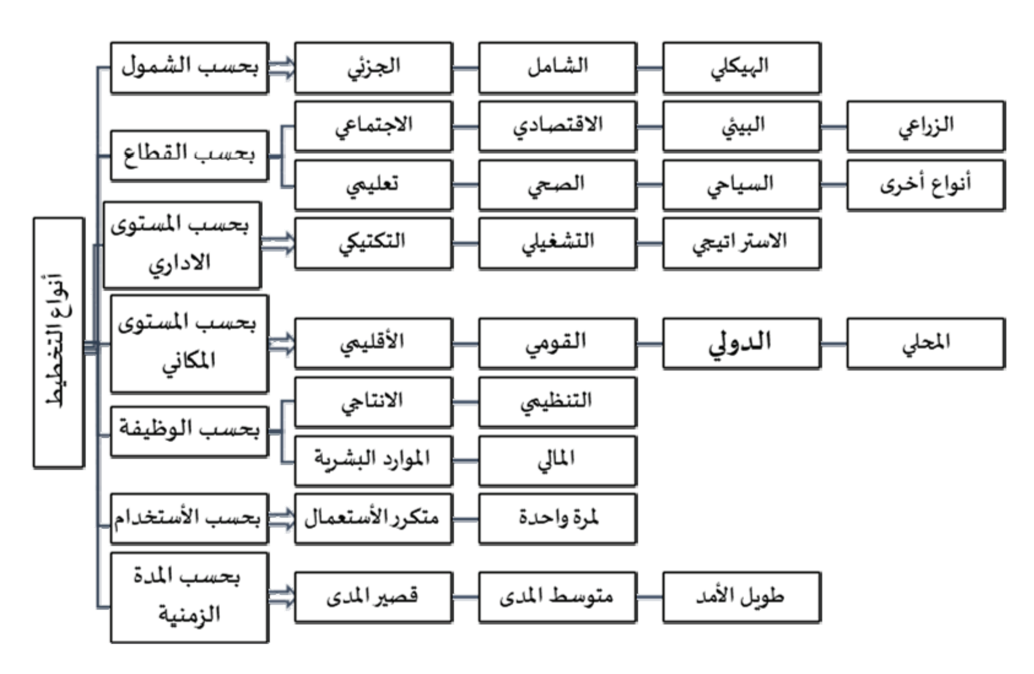
6 - التخطيط بحسب الشمول:

1- التخطيط الشامل Comprehensive Planning: ويسمى أيضًا بالتخطيط متعدد الأهداف ويتعامل هذا النوع من التخطيط مع القطاعات الاقتصادية جميعها, ويكون هدفه إحداث تغيير في جميع جوانب حياة المجتمع.

2- التخطيط الجزئي أو القطاعي Partial or Sectorial: ويسمى كذلك بالتخطيط وحيد الهدف ويهتم بقطاع اقتصادي معين أو جزء منه, وبالتالي يهدف إلى إحداث تغيير في جانب معين من جوانب النظام الاجتماعي.

3- التخطيط الهيكلي: ويقصد به وضع برامج استثنائية لمحاولة تعويض الهياكل الاقتصادية المختلفة ضمن قطاعات الدولة المختلفة, فمن الطبيعي أن نجد أن هناك قطاع ضمن القطاعات الاقتصادية لم يحقق النمو الاقتصادي أو معدل النمو المطلوب في الخطة العامة للدولة نتيجة وجود بعض المعوقات التي تسببت في ذلك, لهذا يجب وضع البرامج التي تعالج تلك المعوقات.

ويمكن توضيح أنواع التخطيط في مخطط يبين كل نوع وفروعه التي تنتج منه كما في مخطط (1-2) الآتي:



مخطط (1-2) أنواع التخطيط

ويتضح من ما تقدم أن للتخطيط بشكل عام متنوع وذلك يتعاً الى العلوم كافة وحسب الشمول والقطاع والمستوى الإداري وحسب المستوى المكاني وحسب الوظيفة وحسب الاستخدام وحسب الفترة الزمانية, وهذا يعني ان التخطيط من أجل تحقيق اهداف مرسومة يجب ان يحدد التخطيط المناسب في المجالات التي تسعى إلى معرفة الانحرافات والسلبيات ووضح حلول لها وتحويلها إلى ايجابيات مرسومة نحو تحقيق النجاحات والأهداف على كافة الفترات الزمانية والمكانية.

الفصل الثالث

التخطيط السياحي

ويشتمل هذا الفصل على المباحث التالية:

- **المبحث الأول: النشأة والمفهوم**
- **المبحث الثاني: الأهمية والأهداف والمعوقات وعوامل النجاح والمزايا**
- **المبحث الثالث: خصائص والتـأثيرات الإيجابيـة وتوجيهـات التخطـيط السياحي**
- **المبحث الرابع: مستويات التخطيط السياحي في ظل صـناعة السـياحة ومداخل تطوير النشاط السياحي**
- **المبحث الخامس: مراحل وطرق التخطيط السياحي**

الفصل الثالث

التخطيط السياحي

المبحث الاول

النشأة والمفهوم

أولاً: نشأة التخطيط السياحي

إن التخطيط السياحي في العصر الحديث قد بدأ مع بدايات عصر النهضة والثورات الزراعية والصناعية, وأما وضوح مفهومهُ فبدأ بعد الحرب العالمية الثانية إذ تطورت حركة السفر الدولية بشكل سريع ولوحظ تزايد أعداد السياح إلى جانب تنوع أشكال السياحة والاستجمام, مما أدى الى زيادة الاهتمام بالسياحة وتحقيق أقصى درجات النفع الاقتصادي وجعلها مصدر دخل أساسي في كثير من دول العالم, وبهذا فإن التخطيط السياحي أصبح ضروري لجميع الدول التي تسعى إلى تحقيق أعلى فوائد من خلال المقومات التي تمتلكها الأمر الذي يجعلها ذات نشاط سياحي متكامل وناجح, ويمكن توضيح مراحل تطور مفهوم التخطيط السياحي عبر التاريخ من خلال الجدول (3-1)

جدول (3-1) مراحل تطور مفهوم التخطيط السياحي

السنة	الأحداث
1950	لا يوجد سياسات تهتم بالتخطيط السياحي.
1960	بداية التأثيرات الاقتصادية للسياحة تظهر ولذلك أخذت الحكومات تهتم بالتخطيط السياحي من أجل تحقيق مكاسب اقتصادية من العملية السياحية وأصبح هنالك تأثيرات واضحة للسياحة في ميزان المدفوعات.
1970	ابتداءً من هذه السنة أصبح التخطيط السياحي أمرًا ضروريًا بسبب الارتفاع في أعداد السائحين وأصبح للمقاصد السياحية وعملية التسويق السياحي أهمية لجذب أعداد متزايدة من السائحين.
1980	اتساع التأثيرات السياحية لتشغل الجوانب الاجتماعية والبيئية والاقتصادية وأصبح تأثير السياحة واضحاً على المجتمعات فكان لابد من إيجاد خطط سياحية تحافظ على المقومات السياحية للدول
1990	أصبح التخطيط السياحي جزءاً من الخطة القومية للدول وأصبحت السياحة تشكل سلماً للأرباح وقوة لدى الكثير من الدول واصبح هناك تخطيط شامل في مختلف الجوانب السياحية لتخطيط البنية الأساسية ,والتخطيط من أجل المجتمع المحلي ,والتخطيط من أجل البيئة.

ثانياً: مفهوم التخطيط السياحي

التخطيط السياحي يعد ضرورة ملحة وأساسية لأي نشاط اقتصادي والذي يربط العناصر كافة والجهود العاملة في المجال أو الحقل السياحي, وذلك لأنه شكل خاص من أشكال التخطيط الاقتصادي والاجتماعي والطبيعي، وإن الموقع بالنسبة للتخطيط السياحي من الأهمية في الدرجة الأولى إذ تكون مرافق النقل والإقامة عناصر مساعدة فالموقع هو في الحقيقة السلعة المباعة للسياح لأن السائحين يعدون ذوي حساسية عالية جدًا للبيئة التي يقيمون فيها فإذا لم يستطيع الموقع من اجتذاب السياح فإن الخدمات القائمة في هذا المكان تفقد الطلب عليها, ولهذا اكتسب التخطيط السياحي دورًا كبيرًا في التنمية السياحية من خلال الكثير من الحكومات التي قامت بتوسيع أهدافها وتطلعاتها وتوقعاتها لما هو أبعد من المنافع الاقتصادية، ليصبح التخطيط السياحي ضروريًا جداً من أجل النجاح في تحقيق هذهِ الأهداف وتلبية تلك التطلعات والتوقعات.

آراء ووجهات نظر الكتاب والباحثين حول مفهوم التخطيط السياحي:

- "هو مفهوم عام وشامل تساهم فيه جميع العلوم كالجغرافية والاقتصاد والاجتماع والجيولوجيا والاحصاء والسياسة والقانون وغيرها ولهذا فإن التخطيط السياحي جزء من التخطيط العام للتنمية القومية"
- "العملية التي يمكن من خلالها زيادة منافع التنمية السياحية وتجنب الأثار السلبية وتوجيهها نحو الاستدامة قبل التنفيذ"
- "عملية تعتمد على البحث والتقييم الذي يتطلع إلى تعظيم المساهمة الاجتماعية والاقتصادية من خلال السياحة والرفاهية للإنسان"
- "نموذج خاص من التخطيط الاقتصادي والطبيعي ينفرد باهتمامات تنبثق من طبيعة ودوافع النشاط السياحي والتخطيط السياحي يعطي للمكان الأهمية الأولى

ويجعل من مواقف النقل والإقامة عناصر مساعدة لأن التخطيط السياحي يقوم أساساً على المحافظة على القيم للمواقع السياحية سواء كانت تعتمد في جاذبيتها على المناخ أو الطبيعة أو التاريخ أو عمل أخر"

- "الاطلاع على المستقبل والتعامل مع العواقب المتوقعة، وهي الوسيلة الوحيدة للحصول على فوائد من السياحة ويجب أن يكون التخطيط السياحي استراتيجي وتكاملي"
- "مجموعة من العمليات وتنوع القرارات بصورة مستمرة لتطوير وادامة مدخلات السياحة، وتنمية حجم البنى التحتية والبنى الفوقية وتوجيه حملات الدعاية في تعزيز الجهود للمحافظة على مصادر الجذب السياحي"
- "عنصر أو مقوم في سياحة متكاملة بجانب القطاعات والسيطرة على الانماط المادية للتنمية، والحفاظ على الموارد المهمة والنادرة وتهيئة أطر الدعاية والتسويق للمقاصد السياحية"
- "عملية تحديد العمل السياحي المستقبلي المناسب من خلال عدة بدائل ويتحدد هذا العمل في ضوء الدراسات والبحوث وتحليل البيانات والحقائق المتوافرة"
- "عمل فكري يهدف إلى التنبؤ بما سيكون عليه مستقبل المؤسسات المعنية, ووضع البرامج اللازمة لإنجاز المشاريع, ثم تعيين ما يجب علينا فعله, ومعرفة كيفية الفعل, وما ذلك إلا لنستطيع تحقيق أهدافنا من الاستثمارات"
- "رسم الصورة التقديرية لمستقبل النشاط السياحي لمدة زمنية قابلة, بحيث يحقق هذا التخطيط التوازن بين الطلب السياحي المتوقع والعرض السياحي, ويتوقف الوصول إلى هذا الهدف على مدى النجاح في تخطيط عناصر العرض السياحي لتتناسب مع الطلب"

- " أسلوب تنظيمي يهدف إلى تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية خلال مدة معلومة , وذلك عن طريق حصر إمكانات المجتمع السياحية (مادية وبشرية) وتعريفها وتحريكها نحو تحقيق أهداف المجتمع وفلسفته الاجتماعية التي ارتضاها إطاراً لوجوده ونموه"
- "عملية منظمة تترجم فيها الخطط من بين عدة بدائل، وإن كل بديل يتم اختياره في ضوء معطيات وحقائق راسخة وفروض منطقية متأتية من خبرة المخطط السياحي واجتهاده التي تنطلق من معطيات البيئة المحيطة "

ومن خلال المفاهيم السابقة يتضح لنا إن التخطيط السياحي عملية تنموية مستقبلية, فقد أصبح نهجاً لكل الدول وقد أشارت مفاهيم التخطيط السياحي الى أبعاد ضرورية مثلما يأتي:

1- تحقيق التوازن بين العرض والطلب, ويعني يجب أن يكون استيعاب المنطقة من السياح بحسب الطاقة الاستيعابية للموقع, فعندما نخطط لمنطقة سياحية نكون بحاجة إلى بيانات ومعلومات نحصل عليها عن طريق باقي العلوم الأخرى وهذا يدل على علاقة التخطيط مع باقي العلوم من أجل توليد تخطيط ناجح.
2- يساعد على تحقيق الفوائد السياحية والتخلص من الآثار السلبية والمعوقات ويساعد في تنمية البنى التحتية والفوقية, وهذا تبعاً إلى السياسة العامة في المنطقة السياحية.
3- استغلال مقومات الجذب السياحي البشرية والمادية والمالية من أجل تحقيق الرفاهية واشباع الحاجات لدى المجتمع.
4- وضع القرارات الناجحة من قبل الخبراء المخططين في النشاط السياحي, وهذا يساعد على توفير البدائل المتنوعة على وفق المكان والزمان والظرف.

5- يساعد على توفير وسائل الإعلام المتنوعة التي بدورها تعطي أهمية للموقع السياحي.

المبحث الثاني

الأهمية والاهداف - المعوقات وعوامل النجاح والمزايا

أولاَ: أهمية التخطيط السياحي

يكتسب التخطيط السياحي دورًا بالغ الأهمية في تطوير النشاط السياحي لكونه يُعد منهجًا علميًا لتنظيم النشاط السياحي وإدارته لعناصره وأنماطه كافة, ولتجنب ظهور نتائج سلبية وانحرافات عن النشاطات السياحية المختلفة أصبح الاعتماد على التخطيط السياحي السليم في المستويات كافة, ومن أجل توفير الهياكل المؤسسية ورسم استراتيجيات التسويق والتشريعات, ووضع برامج الترويج والنظم السياحية, والحصول على الكفاءات الإدارية والفنية يجب الاعتماد على التخطيط السياحي, وهو بدوره يقوم في تنمية العملية السياحية وتطويرها بشكل مستمر, ويمكن حصر هذه الأهمية في الذي أشار إليه العديد من الباحثين مثلما مبين في النقاط الآتية:

1- يسعى التخطيط السياحي إلى تحقيق الأهداف المرجوة من صناعة السياحة من خلال الخطط المرحلية التي ترسم وتنظم, ومن ثم تنفذ.

2- يُمكن للتخطيط السياحي في المحافظة أن يعتمد على المعطيات الطبيعية والثقافية في المناطق السياحية من خلال الاستغلال الحالي والمستقبلي.

3- يُقدم أسسا عقلانية لعملية اتخاذ القرار, سواء في القطاع العام أم القطاع الخاص, وفيما يتعلق بعملية التنمية السياحية.

4- يُهيئ التخطيط كل الموارد البشرية والمادية والطبيعية والادارية, ويضمن حسن استعمالها استعمالًا فعالًا لتحقيق الأهداف من التخطيط السياحي.

5- يساعد التخطيط السياحي على معرفة الفرص والمخاطر المستقبلية, في حين لا يؤدي التحديد الكامل للمخاطر المترتبة على القرارات طويلة المدى, إلا إنه

يساعد على معرفة الفرص والمخاطر الكامنة في المستقبل, ويساعد على الأقل في خفض هذه المخاطر.

6- يوفر المعلومات والبيانات والاحصائيات والخرائط والمخططات والتقارير والاستبيانات ويضعها تحت يد طالبيها.

7- يعمل التخطيط السياحي على ايجاد التنسيق والترابط والتكامل بين جميع عناصر قطاع السياحة.

8- تعظيم الفوائد الاقتصادية والبيئية والاجتماعية للنشاطات السياحية والحد من الآثار الاقتصادية والاجتماعية والبيئية السالبة

9- إنّ التخطيط السياحي يجبر المدير على تخيل الصورة التشغيلية بوضوح وبشكل متكامل, والحصول على فهمٍ كاملٍ لكل نشاط يعمل به.

10- يُسهل التخطيط السياحي عملية الرقابة على الأداء السياحي, وبهذا تضمن مواءمة الأنشطة السياحية الفعلية للخطط الموضوعة, والمتمثلة في وضع المعايير وقياس أدائها والتعرف على الانحرافات وتصحيحها.

11- يُعدّ التخطيط السياحي وبرامج التطوير السياحية بمثابة مرشد جيد لتطوير قطاع السياحة, كون بعض الدول النامية ليس لديها الخبرة والتجربة في كيفية تطوير السياحة وبرامجها.

12- يساهم التخطيط السياحي في توفير الكفاءات والأيادي العاملة الفنية بمختلف أنواعها والتي يحتاجها قطاع السياحة والنشاطات السياحية المختلفة.

13- يساعد التخطيط السياحي في تحديد مصادر التمويل الخاصة بالمشاريع السياحية.

14- التخطيط بطبيعته يخفض العمل غير المنتج الى أدنى حد.

15- يمكن أن يستعمل التخطيط في تطوير المناطق السياحية المهجورة أو ذات التنمية السيئة, وأيضًا يمكن تخطيط مناطق سياحية جديدة.

ثانياً: أهداف التخطيط السياحي

1 - الأهداف الاقتصادية:

تطمح الاهداف الاقتصادية لدى النشاط السياحي أن تكون رائدة, بمعنى أن يتحول القطاع السياحي إلى أهم القطاعات الاقتصادية لدى الدول وتتحقق هذه الأهداف في الآتي:

1- توسيع مساهمة السياحة في الناتج القومي
2- زيادة الدخل من العملات الصعبة الأجنبية.
3- دعم ميزان المدفوعات.
4- تعزيز ايرادات الدولة من الضرائب والرسوم.
5- توفير المزيد من فرص العمل السياحية.
6- زيادة أعداد السياح ,ومعدلات إقامة السائح, وزيادة معدل انفاق السائح.
7- تنويع المنتج السياحي والأنشطة المصاحبة من خلال تكثيف الاستثمارات.
8- استقطاب رؤوس الأموال اللازمة لإقامة المشاريع السياحية.
9- توسيع الأثر المضاعف للنشاط السياحي على الأنشطة الاقتصادية الأخرى.
10- زيادة فرص تنمية الصناعات التقليدية والفلكلورية وزجها في السوق السياحي, مما يخلق دخلًا إضافيًا للفرد والمجتمع.
11- الحد من سفر المواطنين الأصليين خارج بلدهم مما يؤدي إلى الحد من الإنفاق وخروج العملة الصعبة وهو الذي يؤدي إلى الحفاظ على العملة داخل البلد بعد

توفر ما يمكن أن يستفيد منه السائح المحلي

12- ومن الأهداف التي لابد لنا ذكرها هو إن من مصلحة صناعة السياحة أن يوجد تنسيق بين القطاع العام والقطاع الخاص, ولا يكون هذا إلا من خلال التخطيط السياحي.

2- الاهداف الاجتماعية:

التخطيط للمشاريع السياحية له أهداف اجتماعية ويتم لذلك من خلال الاهتمام بالخدمات المكملة للمشروع السياحي, وتؤدي هذه الاهداف الى رفع المستوى الحضري والاجتماعي لسكان المنطقة الاصليين وتحقق الرفاهية لهم, وتطور الامكانات المجتمعية للتعامل مع الثقافات المختلفة الواردة مع السياح , وتتضمن هذه الأهداف ما يأتي:

1- دمج وتوسيع اسهامات ومشاركة المجتمعات المحلية في عملية التنمية السياحية, وفي عملية التخطيط السياحي

2- توعية السكان والمجتمعات المحلية بالآثار الايجابية للسياحة, والسلبية أحيانا وذلك لإعداد السكان لمواجهتها وتجاوزها.

3- تأهيل وتدريب الأيدي العاملة السياحية, مع الأخذ بالاعتبار العوامل الاجتماعية المرتبطة بالسياحة.

4- المحافظة على مقومات النسيج الاجتماعي والمحلي القائمة وعلى تقاليد وعادات وأنماط معيشة السكان.

5- حركة السكان الوطنيين أثناء أوقات الفراغ أو إجازات نهاية الأسبوع والذي يتم عن طريق ذلك التفاعل الثقافي والاجتماعي, وزيادة درجات التحضر والمدنية بين

أجناس السكان وبمختلف الطبقات الاجتماعية.

6- يعمل التخطيط السياحي على إنشاء مراكز ترفيهية وأنشطة ثقافية وفنية تعيد مجد المنطقة من خلال المسارح والأعمال المسرحية والمعبرة عن أصالة السكان لتلك الأماكن.

3 - الأهداف البيئية

1- يهدف التخطيط السياحي الى وقف استنزاف الموارد الطبيعية, وترشيد استعمالها.

2- تطوير البنى التحتية والفوقية, وتوفير التسهيلات الترفيهية للزائرين والمقيمين على حد سواء.

3- المحافظة على المواقع الأثرية والتاريخية.

4- تحسين نوعية البيئة من خلال مراقبة التلوث والضجيج , ورمي النفايات وغيرها من المشاكل.

5- تحسين البنية التحتية مثل الطرق والمطارات والصرف الصحي والاتصالات.

ثالثاً: معوقات التخطيط السياحي

هناك عدد من المعيقات والتحديات التي ماتزال تواجه التخطيط السياحي ينبغي مواجهتها والتي تؤثر في فاعليته وأهمها:

1- غياب النظام الجيد للمعلومات والإحصاء السياحي بمناطق الجذب السياحي التي تُعد أحد أعمدة تخطيطه وتنفيذ سياساته وبرامجه المختلفة, وأبرز مثل على هذا يمكن أن يدركه الباحث في البيان الإحصائي الرسمي الصادر عن وزارة السياحة.

2- عدم توافر خريطة سياحية كاملة وشاملة بحيث تنطوي على مناطق الجذب السياحي الحالية والمرتقبة.

3- ندرة البحوث والدراسات العلمية بالجامعات والمعاهد, وبالرغم من أهمية البحوث والدراسات العلمية في مجال التخطيط السياحي إلا إن الجامعات لم تعطي الاهتمام اللازم للدراسات السياحية والفندقية (بالمقارنة بالجامعات والمعاهد العلمية في الخارج) , فضلاً عن قلة عدد الكليات والمعاهد ومراكز البحوث المختصة في مجال السياحة والفنادق والتي تقدم البحوث والمشورة الفنية.

4- تضارب وتشتت الاختصاصات بين بعض الوزارات, ووزارة السياحة مثل تداخل بين اختصاصات وزارة الأوقاف ووزارة السياحة والآثار فيما يخص الإشراف والرقابة وتنمية السياحة الدينية, فإذا كانت الأولى تختص بالإشراف على المساجد ومن بينها المساجد الأثرية , فقد تدفع وزارة السياحة للمحافظة على الآثار الدينية وتطويرها ويعد هذا من صميم اختصاصاتها.

5- انخفاض درجة التأييد السياسي والحكومي للقطاع السياحي, إذ كلما زادت درجة هذا التأييد أدى ذلك إلى احتمال زيادة المخصصات المالية للإنفاق الاستثماري بقطاع السياحة, وأيضا يمكن أن يؤدي إلى الاهتمام بالمحافظة على التراث الحضاري الذي يمثل أحد الموارد أو المقومات الاساسية للجذب السياحي, فضلا عن المساهمة في تحسين الصورة الذهنية لدى جمهور السائحين عن مدى التقدم الحضاري والسلام الاجتماعي في الدولة.

6- عدم توافر رؤوس الأموال المحلية والأجنبية اللازمة للاستثمار السياحي, ونلاحظه في الدول النامية التي تواجه عجزاً مستمراً في رؤوس الأموال اللازمة لتنفيذ خطط التنمية الشاملة بصفة عامة.

7- مشكلة نقص الخبراء والمتخصصين في المجال السياحي.

رابعاً: عوامل نجاح التخطيط السياحي

هنالك عدة عوامل يعتمد عيها نجاح التخطيط السياحي وتشمل الآتي:

1- أن تكون خطة التنمية السياحية جزءاً لا يتجزأ من الخطة القومية الشاملة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.

2- أن يتم عد تنمية القطاع السياحي كأحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية.

3- أن يُحقق توازن بين القطاعات الاقتصادية المختلفة.

4- أن تكون هذه الصناعة جزءاً من قطاعات الإنتاج في الهيكل الاقتصادي للدولة.

5- أن تحدد الدولة مستوى النمو المطلوب, وحجم التدفق السياحي.

6- أن يتم تحديد دور كل من القطاعين العام, والخاص في عملية التنمية.

7- التركيز على علاقة التنمية السياحية بالنشاط الاقتصادي الام, وتحديد علاقة ذلك بالمحافظة على البيئة.

خامساً: ومن أهم المزايا والفوائد التي تتطلب الأخذ بأسلوب التخطيط السياحي على كل المستويات نذكر ما يلي:

1- يساعد التخطيط للتنمية السياحية على تحديد وصيانة الموارد السياحية والاستفادة منها بشكل مناسب في الوقت الحاضر والمستقبل.

2- يساعد التخطيط السياحي على تكاملية وربط القطاع السياحي مع القطاعات الأخرى وعلى تحقيق أهداف السياسات العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية على كل مستوياتها.

3- يوفر أرضية مناسبة لأسلوب اتخاذ القرار لتنمية السياحة في القطاعين العام والخاص، من خلال دراسة الواقع الحالي والمستقبلي مع الأخذ بعين الاعتبار الأمور السياسية والاقتصادية التي تقررها الدولة لتطوير السياحة وتنشيطها.

4- يوفر المعلومات والبيانات والإحصائيات والخرائط والمخططات والتقارير والاستبيانات، ويضعها تحت يد طالبيها.
5- يساعد على زيادة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من خلال تطوير القطاع السياحي، وتوزيع ثمار تنميته على أفراد المجتمع. كما يقلل من سلبيات السياحة.
6- يساعد على وضع الخطط التفصيلية لرفع المستوى السياحي لبعض المناطق المتميزة، والمتخلفة سياحيا.
7- يساعد على وضع الأسس المناسبة لتنفيذ الخطط والسياسات والبرامج التنموية المستمرة عن طريق إنشاء الأجهزة والمؤسسات لإدارة النشاط.
8- يساهم في استمرارية تقويم التنمية السياحية ومواصلة التقدم في تطوير هذا النشاط. والتأكيد على الإيجابيات وتجاوز السلبيات في الأعوام اللاحقة.

المبحث الثالث

الخصائص والتأثيرات الايجابية وتوجهات التخطيط السياحي

أولاً: خصائص التخطيط السياحي

يمتاز التخطيط السياحي الجيد بأنه يركز على المنتج السياحي Tourist Product وكذلك على عمليات الترويج والتسويق بأسلوب يحقق التوازن بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والبيئة ضمن إطار التنمية السياحية الشاملة والمستدامة، والتخطيط السياحي الجيد لا بد أن تتوفر فيه كذلك عدة مواصفات أخرى أهمها:

1- تخطيط مرن Flexible مستمر Continuous وتدريجي Incremental يتقبل إجراء أي تعديل إذا ما تطلب الأمر بناء على المتابعة المستمرة والتغذية الراجعة.

2- تخطيط شامل لجميع جوانب التنمية السياحية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، البيئية، السكانية، ... الخ.

3- تخطيط تكاملي، تعامل فيه السياحة على أنها نظام متكامل، حيث كل جزء مكمل للأجزاء الأخرى، وكل عنصر يؤثر ويتأثر ببقية العناصر.

4- تخطيط مجتمعي، بمعنى أنه يسمح بمشاركة جميع الجهات ذات العلاقة في عملية التخطيط بمراحلها المختلفة.

5- تخطيط بيئي يحول دون تدهور عناصر الجذب السياحية الطبيعية والتاريخية، ويعمل على توفير الإجراءات اللازمة لصيانتها بشكل مستمر، ويضمن المحافظة عليها لأطول فترة زمنية ممكنه.

6- تخطيط واقعي وقابل للتنفيذ، أي أن لا تتجاوز أهدافه حدود الإمكانيات والطموح ولا تخرج عن دائرة ما هو متاح وكامن من موارد طبيعية ومالية وبشرية.

7- تخطيط مرحلي منظم، يتكون من مجموعة من الخطوات والنشاطات المتتابعة والمتسلسلة.

8- تخطيط يتعامل مع السياحة على أنها نظام له مدخلات وعمليات ومخرجات محددة، ويمكن التأثير في هذه التكوينات وتوجيهها.

ثانياً: التأثيرات الإيجابية للتخطيط السياحي

1 - التأثيرات الاقتصادية

تعتمد درجة التأثيرات الاقتصادية الإيجابية للتخطيط السياحي على كثافة التنمية السياحية، وكذلك على الخصائص والسمات الاقتصادية المحلية، وتتمثل التأثيرات الاقتصادية الإيجابية فيما يلي:

1- توفير فرص عمل جديدة، وبالتالي توقع دخول اقتصادية جديدة للمناطق ومواقع التراث الأثري.

2- توفير العملة الصعبة وما ينجم عنها من تحسينات في نوعية الحياة ومستويات المعيشة للمجتمع المحلي، ودعماً للتنمية الشاملة على المستويين الوطني والإقليمي.

3- دعم الأنشطة الاقتصادية الأخرى في قطاعات الزراعة والصناعة والدمات المختلفة، وذلك من خلال زيادة الطلب على المنتجات، والصناعات اليدوية والتقليدية.

4- تطوير خدمات النقل وخدمات البنية التحتية الأخرى من أجل تلبية حاجات قطاع السياحة، وهذه الخدمات لا تقتصر الاستفادة منها على السياح فقط، بل تتعداهم لتشمل سكان المجتمعات المحلية.

5- المحافظة على مواقع التراث الأثري، حيث تشكل السياحة حافزاً للمحافظة على عناصر ومقومات التراث الثقافي في المنطقة السياحية بإعتبارها أماكن جذب سياحية، وتشمل عمليات المحافظة في هذا المجال، المحافظة على المواقع الاثرية

والتاريخية واحياء الفنون التقليدية، والمصنوعات اليدوية، المناسبات التقليدية وبعض مظاهر الحياة المحلية والدعم المالي لصيانة وترميم مواقع التراث الاثري.

وهنالك العديد من الطرق والاليات التي يجب اتباعها وانتهاجها لنجاح خطة التخطيط السياحي من أجل تعزيز الاثار الإيجابية الاقتصادية للتخطيط السياحي وتشمل ما يلي

- توفير الوقت الكافي للسكان المحليين من خلال التوعية بالأهمية الاقتصادية التنمية السياحية.
- مشاركة المجتمعات المحلية في صنع القرار التمعلق في التخطيط السياحي، من أدراك فوائد التنمية السياحية ومشاكلها دون فرض الساسات عليهم.
- أهمية المحافظة على شكل وحجم التنمية السياحية في كل منطقة، وبمعنى على ان لايتجاوز عدد السياح الطاقة الاستيعابية والتي بعدها يبدا السكان المحليون يشعرون بكراهيه اتجاه السياح.
- الاهتمام بالسياحة في اطار الأسس الثقافية المحلية، من حيث المحافظة على المواقع الاثرية، التأريخية، تطوير الحرف المصنوعات اليدوية.

2 - التأثيرات الاجتماعية والثقافية الإيجابية

1- السعي إلى احداث تحولات اجتماعية ثقافية دخل المجتمعات المحلية، للتعامل مع السياحة بالطريقة تحافظ على الأنماط الاجتماعية والثقافية، وعادات وتقاليد السكان من ناحية، وفي ذات الوقت تطوير الإمكانات المجتمعية للتعامل مع الثقافات الواردة والوافدة مع السياحة، وذلك بغض إيجاد نوع ممن التوائم والتجانس بين المنظومة الاجتماعية المحلية والمنظومات الاجتماعية المحاسبة لدخول السياح واقامتهم وتنقلهم واختلاطهم بالسكان المحليين.

2- دمج المجتمعات المحلية في عملية التخطيط السياحي والتنمية السياحية بما يساعد على عملية الحفاظ على الخصاص الاجتماعية، والثقافية للمجتمعات المحلية.

3- تناسب نوعية التنمية السياحية مع اهداف المجتمع المحلي وخصائصه الاجتماعية والثقافية.

4- الحفاظ على مقومات النسيج الاجتماعي المحلي القائمة على العادات والتقاليد، وأساليب الحياة والقيم، والحرف والمصنوعات اليدوية التقليدية.

5- توعية السكان والمجتمعات المحلية بالآثار الإيجابية للسياحة، وكذلك بعض الآثار السالبة لها، وذلك بغرض مواجهتها وإيجاد الحلول لها.

لقد أدركت المنظمات السياحية أهمية توجيه العناية والاهتمام اللازمين بالأبعاد الاجتماعية والثقافية الإيجابية للسياحة، ولهذا فإن الأهداف القومية للتخطيط السياحي، والتنمية أصبحت تستند إلى المبادئ الدولية التي تنظم عملية التخطيط والتنمية، وقد تجلى ذلك في مؤتمر منظمة السياحة العالمية في (إعلان مانيلا) حول الآثار الاجتماعية للسياحة، والذي عمل على تعظيم الآثار الإيجابية الاجتماعية للسياحة، وتخفيف الآثار السلبية، وقد تضمن (إعلان مانيلا) ما يلي:

- تعزيز ودعم التعاون الدولي للتخلص من الآثار السلبية للسياحة من خلال أنظمة متابعة بين الحكومات والقطاع الخاص والمؤسسات المعنية.
- دعم المزيد من إندماج المجتمعات المحلية في عملية التخطيط السياحي، والتنفيذ والمتابعة والتقييم للسياسات والبرامج والمشاريع السياحية في إطار الأهداف والأولويات القومية.
- القيام بحملات توعية في المجتمعات المحلية، وحينما يكون ذلك ضرورياً ومناسباً بغرض توعية السكان المحليين بالفوائد الناتجة عن التخطيط للتنمية السياحية.

- تحسين المستويات المعيشية للسكان من خلال التنمية السياحية، وذلك بتوفير الفرص الاجتماعية والاقتصادية والمشاركة الواسعة، وتوزيع الأنشطة السياحية على المناطق لزيادة الدخول الريفية.

3 - التأثيرات البيئية الإيجابية للتخطيط السياحي

الآثار البيئية الناتجة من التخطيط السياحي في مناطق ومواقع التراث الأثري تتمثل في المحافظة على خصائص البيئة الثقافية وحمايتها، والحفاظ عليها، والعمل على عدم تعرضها لأي خلل، أو آثار سلبية يمكن أن تصاحب حركة السياح، وخاصة السياحة الكثيفة، هذا إذا وضع في الاعتبار أن موارد ومواقع التراث الأثري دائماً ما تتصف بالهشاشة، وعدم مقدرتها على التجدد، وهذه التأثيرات تتمثل فيما يلي:

1- المحافظة على المواقع الأثرية والتاريخية

يساعد التخطيط السياحي السليم في المساعدة على جمع وتوفير تكاليف المحافظة على المواقع الأثرية والتاريخية والتي إذا لم يتم الحفاظ عليها ستتعرض للدمار والتدهور، ويمكن أن يستفاد من الرسوم التي يدفعها السياح في تغطية تكاليف إجراءات المحافظة على هذه المعطيات والموارد الثقافية.

2- تحسين نوعية البيئة

يوفر تخطيط التنمية السياحية الحافز لتنظيف البيئة من خلال مراقبة التلوث والضجيج، ورمي النفايات وغيرها من المشاكل، كما أنه يسهم في تحسين الصورة الجمالية للبيئة من خلال برامج تنسيق المواقع وصيانتها والحفاظ عليها.

3- المساعدة للحفاظ على القدرات التحميلية لمواقع التراث الأثري

يساعد التخطيط السياحي على الاهتمام بموضوع القدرات التحميلية للمواقع التراث الأثري بحيث تتناسب أعداد السياح مع قدرتها التحملية.

4- تحسين البيئة التحتية

يعمل التخطيط السياحي على تطوير خدمات البنية السياحية المحلية، مثل المطارات، الطرق، الصرف الصحي، الاتصالات.

هنالك العديد من السياسات البيئية في مجال التخطيط السياحي تعمل على مراقبة التأثيرات البيئية، والتي يؤدي تطبيقها لتحقيق تنمية سياحية تعمل على تعزيز الآثار الإيجابية، ولا ينشأ عنها تأثيرات بيئية سالبة، فالكثير من السياسات البيئية لها تطبيقات واسعة في عمليات التخطيط السياحي منها:

- تطوير السياحة بحيث لا تتجاوز المواقع السياحية طاقتها الاستعابية.
- استخدام السياحة كتقنية للمحافظة على البيئة وحمايتها.
- انتهاج سياسة تركيز المرافق السياحية في بعض المناطق، والتي عادة ما تكون على شكل مجمعات متكاملة، وذلك من أجل توفير بنية تحتية قوية، وتطبيق الرقابة التنموية، واحتواء أية آثار بيئية سالبة.

ثالثاً: توجهات التخطيط السياحي

تتعدد توجيهات التخطيط السياحي نتيجة لتعدد أنشطة القاع السياحي وأهميته للمجتمع، وتتمثل تلك التوجيهات فيما يلي:

1- التوجه البيئي: ويركز هذا التوجه على الاهتمامات البيئية وتقليل الآثار البيئية للتنمية السياحية إلى أقل حد في المناطق السياحية.

2- التوجه الاقتصادي: ويتناول أهمية التخطيط السياحي في تعظيم المنافع الاقتصادية من حيث زيادة الدخل القومي أو توفير فرص العمل وتقليل البطالة، لتصبح السياحة وسيلة للتنمية الاقتصادية.

3- التوجه المادي أو الفراغي: ويركز على الطاقات المحددة للتنمية والأنماط الفراغية للسياح وتعيين المناطق الحساسة بيئياً وذلك لتقليل الآثار السلبية للسياحة على البيئة.

4- التوجه الاجتماعي: ويهدف هذا التوجه إلى تعظيم المنافع الاجتماعية التي تعود على المجتمع من صناعة السياحة من خلال إشتراك المجتمع في عملية التنمية السياحية والتخطيط السياحي.

5- التوجه المستدام: وهو عبارة عن مزيج من التوجات الأربعة السابقة البيئية والاقتصادية والاجتماعية والمادية، وذلك بهدف تحقيق التنمية السياحية المستدامة.

المبحث الرابع

مستويات التخطيط السياحي ومداخل تطوير النشاط السياحي

أولاَ: مستويات التخطيط السياحي في ظل صناعة السياحة

التخطيط السياحي يندرج في عدة مستويات منها (الدولي، الوطني، السياسات والاقليمي، المحلي) ومن الضروري الحرص على تأمين تنسيق الخطوات وعمليات الإنما المنبثقة عن هذه المستويات المتدرجة في التخطيط لأمور صناعة السياحة، ففي كل مستوى يركز على مقومات خاصة به ويقتضي حسن التدبير والتخطيط من الأعلى إلى الأدنى وهذا يقتضي جعل الخطط الأضيق نطاقاً تندمج في إطار الخطط الأوسع نطاقاً، إن مثل هذا التخطيط يجب أن يندمج في مستوياته وتتكامل خطط التنمية السياحية على المستوى (الأقليم، المحافظة، المنطقة) والقيام بدراسة شاملة تفصيلية لسبل التخطيط والتأثيرات المحتملة على البيئة والمجتمع وثقافته، إن التخطيط السياحي يجب إن يأخذ بالحسبان مايلي وعلى جميع المستويات والقطاعات والمناطق:

- اجتناب الهدر الذي تخلفه الإزدواجية في بذل الجهد.
- جعل السياسات والخطط الخاصة بكل مستوى واحدة تعزز الأخرى.

وتشتمل مستويات التخطيط مايلي:

1- التخطيط السياحي على المستوى الدولي

تقتصر عمليات التخطيط السياحي على هذا المستوى على خدمات النقل والطرق والمواصلات بين مجموعة من الدول، كما هو الحال في مجموعة دول الاتحاد الأوربي، ويشمل هذا التخطيط كذلك تطوير وتنمية بعض عناصر الجذب السياحي التي تتوزع جغرافياً في عدة دول متجاورة، كما هو الحال في جبال الألب في القارة الأوربية، إلى جانب ذلك هنالك التخطيط السياحي بين عدة دول في مجالات الترويج والتسويق

السياحي، وإن وضع الخطط والمعايير هو مسؤولية المنظمات العالمية مثل (منظمة السياحة العالمية WTO) ولجانها الموزعة في جميع انحاء العالم وكذلك المعايير الخاصة بالرحلات السياحية والاتفاقيات المبرمة لتشجيع التعاون السياحي بين الدول وكذلك بين القطاع الخاص والعام، كذلك الاياتا (IATA) وهي المسؤولة عن الطيران المدني التي تهتم بوضع المعايير الدولية للنقل الجوي وكذلك (PATA) اتحاد السفر بمنطة آسيا والمحيط الهادي و (TCSP) مجلس السياحة لمنطقة جنوب المحيط الهادي و (CTO) منظمة السياحة لمنطقة الكاريبي و (ASEAN) وحدة السياحة لدول جنوب شرق آسيا و (RETOSA) منظمة السياحة لجنوب قارة أفريقيا، فهذه المنظمات تشجع على التعاون السياحي الدولي وتضع الخطط لمناطقها، وأما المنظمات مثل (WTCC) المجلس العالمي للسفر والسياحة ومنظمة (IHRA) اتحاد للفنادق والمطاعم فهذه المنظمات مسؤولة عن وضع المعايير طوعية وإجراءات إلزامية للمصادقة على نظام الجودة والتسويق بين البلدان وشكل التبادل التجاري لكل مفاصل القطاع السياحي.

2 - التخطيط السياحي على المستوى الوطني

من واجبات هذا المستوى الاهتمام بشؤون وسياسات السياحة على مستوى البلد وكيفية الوصول إلى البلد وشبكة الطرق الوطنية والمواقع السياحية الرئيسة وبرامج التجوال السياحي والمعايير والمواصفات المطبقة على المرافق السياحية والخدمات المقدمة فيها ومؤسسات التدريب والتطوير المهن السياحية وتطوير أوضاع وخطط الاستثمار السياحي وسياساتهُ وطرق التسويق ومستوى الخدمات المقدمة.

3 - التخطيط السياحي على المستوى المحلي

يكون التخطيط السياحي في هذا المستوى المكاني متخصصاً وتفصيلياً أكثر منهُ في المستويات المكانية الأخرى، وعادة يتضمن تفاصيل عن جوانب عديدة منها:

1- التوزيع الجغرافي للخدمات السياحية.

2- الخدمات والتسهيلات السياحية.

3- مناطق وعناصر الجذب السياحي.

4- شبكات الطرق المعبدة ومحلات تجارة التجزئة والمنتزهات والمحميات.

5- نظام النقل على الطرق والمطارات ومحطات السكك الحديدية.

تسبق كثير من خطط التنمية في هذا المستوى المكاني بدراسات جدوى اقتصادية أولية وكذلك دراسات لتقييم المردودات البيئية والاجتماعية والثقافية، وكذلك تقييم لبرامج التنمية والهياكل الإدارية والمالية المناسبة للتنفيذ وأيضاً قواعد التنظيم المكاني والهندسي، وتشمل هذه الدراسات كذلك على تحليل حركة الزوار وتوصيات متعلقة بذلك.

4 - التخطيط السياحي على المستوى الإقليمي

يركز التخطيط السياحي في مستواه الإقليمي على جوانب عديدة منها على سبيل المثال لا الحصر:

1- بوابات العبور الإقليمية وما يرتبط بها من طرق مواصلات إقليمية ودولية بأنواعها.

2- منشآت النوم بأنواعها وكافة الخدمات السياحية الأخرى.

3- برامج الترويج والتسويق السياحي.

4- برامج التدريب والتعليم، والاعتبارات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية، إلى جانب تحليل الآثار والمردودات.

والتخطيط السياحي في المستوى الاقليمي متخصص وتفصيلي بدرجة أقل من المستوى المحلي وأكبر من المستوى الوطني علماً أن مستوى التخصيص يعتمد على حجم الدولة وعلى حجم الإقليم، فخطة وطنية في دولة صغيرة المساحة قد تحتوي على

تفاصيل ما تحويه خطة إقليمية في دولة كبيرة المساحة، وقد لا تحتاج البلاد الصغيرة المساحة إلى تخطيط وطني وآخر إقليمي.

5 - التخطيط السياحي على مستوى الموقع السياحي

من مهام هذا المستوى من التخطيط المباني وترتيبها وطرق تنقل السياح داخل الموقع ومرافق الاستجمام والترفيه والتسلية ومناطق المحميات الطبيعية ومواقف السيارات والخدمات الأخرى المراد تطويرها في الموقع لأغراض الاستعمال الأراضي.

6 - التخطيط السياحي على مستوى الهندسة المعمارية وهندسة المناظر:

وهو أكثر المستويات تفصيلاً وهو يحدد تصميم المباني والمناظر والإنشاءات الموجودة في الموقع السياحي والمرافق المعدة لتقديم الخدمات للسياح ويجري إعداد وتنفيذ الخطة ضمن هذا الإطار على المستوى المحلي بناء على تخطيط الموقع.

ثانياً: مداخل تطوير النشاط السياحي من خلال التخطيط السياحي

1 - تخطيط مناطق الجذب السياحي

تتمثل جاذبية المنطقة السياحية في القدرة على الجذب السياحي والمنشآت السياحية في مكان معين، للتنقل على المستوى المحلي والدولي، وتمثل المنطقة السياحية المكان الجغرافي الذي يقوم بعرض المنتج السياحي، أي مجموعة الخدمات المقدمة في مختلف النشاطات والتجارب لمختلف السياح.

وبالتالي تعتبر الجاذبية السياحية أداة جوهرية في كل المنطقة، المنطقة ليست بحاجة إلى أشهار للجذب كبرج إيفل مثلاً، تكون منطقة سياحية جاذبة أنطلاقاً من رغبة اتخاذ القرار السياح للمستهلك المنتج السياحي، فالجاذبية السياحية هي أداة المقصد السياحي الذي تجذب السياح خارج مكان إقامتهُ، فإختيار المناطق السياحية لا يكون عشوائياً،

وإنما تبعاً للبنية التحتية لها، وسهولة الوصول إليها، فكل التوجيهات ومصير السياح يتوقف على اختيار السائح والربط بين أدوات وعوامل أساسية حسب قدرات العرض السياحي، وعليه لإختيار منطقة سياحية جذابة يتوجب معرفة:

1- الموقع السياحي

يتوقف استغلال الموارد السياحية بأنواعها إلى حد كبير على مدى سهولة الوصول إلى النقطة النهائية (الموقع السياحي) وتهيئة كل ظروف المناسبة لزيادة أعداد السياح ومحاولة تذليل كل العقبات التي تصادف السائح من نقطة الانطلاق إلى نقطة الوصول والعكس أيضاً وهذه عوامل تساعد الموقع على النهوض بإعماله وتحقيق نتائج طيبة، ولذلك يعتبر الموقع السياحي في مقدمة العوامل المؤثرة في استغلال النشاطات السياحية المتنوعة التي في بعض الأحيان متنوعة في مكان واحد ومحددة بنشاط واحد والتي بالإمكان تفعيلها ضمن الموقع الواحد وتنمية النشاط والموقع معاً برفده خطط تنموية حديثة تساعد على تلبية طموح السياح ورغباتهم النهائية الآنية والمستقبلية وبدون حدود والمحصلة النهائية تنمية هذه الصناعة والتي تحقق الوفرات الاقتصادية وتعطي دعماً قوياً لها.

2- النقل

لتحليل الموقع تشترط توفير وسائل نقل التي تؤدي إلى المناطق منها الجوية، البرية والبحرية شريطة كون تكلفة النقل في المنطقة أقل من الأقامة فيها، وذلك لتشجيع السياح الوصول إليها.

3- استخدامات وتكاليف الأرض

تختلف تكاليف الأرض من أقليم لآخر، حيث تشكل نسبة كبيرة من إجمالي تكاليف وتطوير مناطق الجذب السياحي، كما هو موجود في سويسرا، تكلف الأراضي الجبيلة

ومناطق الزحلقة نسبة 75% من التكاليف الإجمالية للمشاريع السياحية، فالأثرياء من السياح يميلون للتمتع بالمناطق السياحية ذات التكاليف العالية ليس على أساس المباني والتسهيلات الموجودة في المنطقة، بل لطبيعة الأرض من حيث المساحة، الهدوء.

4- السلام والأمن

تعد السلامة والأمن شرطان أساسيان لنجاح منطقة الجذب، إذ تمنحهُ الإطمئنان، يعتبر المناخ السياحي معياراً للجاذبية السياحية، ويشمل مجموعة من المنتجات والخدمات السياحية، يقوم بها الأفراد التي تقوم بالتأمين في الأستقبال مقر الإقامة في جو يسودهُ الأمان، ففي الجزائر توفر الأمن في الفنادق الكبرى لتأمين السياح.

5- الموردون

الموردون مطلوبين لأغراض صيانة المعدات والمباني، والتسهيلات المادية، وتوفير الطعام والشراب، والخدمات المساندة، فعند اقترابها من مناطق الجذب ومن المراكز التجارية، والسكانية لتكون المشاكل كثيرة، لكن كلما ابتعدت عن هذه النواحي توجهاً إلى المناطق النائية، صعب توفير القوى العاملة لأدارتها، هذا ما يتطلب تشييد مناطق خاص للعاملين، وتحفيز الموردون على المجيء إليها، فمن الضروري الاستثمار فيها لتوفير مقومات الجذب السياحي من خدمات وتسهيلات.

6- الميزانية المالية

مهمة توفير الأموال اللازمة لمناطق الجذب أكثر صعوبة في عملية التطوير السياحي، فالمنشآت السياحية الكبيرة تستخدم رؤوس أموال لتمويل المشاريع السياحية، وتخصص جزءاً منها للتطوير السياحي، فقد لا تتوفر للمنشآت هذه الاموال الكافية في استثماراتها مما يدفعها إلى الاقتراض من البنوك، وتعتبر النسب المالية من الاساليب الفعالة للرقابة على عملية تطوير مناطق الجذب، وتختلف النسب هذه بإختلاف الشخص القائم

بالتحليل، فهناك من يريد قروضاً قصيرة الأجل، ومنهم من يقترض لأجل طويل، يركـزون عـلى قوة الربحية وعلى كفاءة التشغيل.

وعلى ضوء هذه المعلومات يمكن اختيار المناطق السياحية مع تطبيق إحـدى السياسـات الثلاث التالية:

- السياسة الموحدة: فالسوق السياحية تكون واحدة بالنسبة لجميع الأسواق السياحية، أو بالنسبة لسوق موحد، كالسوق السياحية الأفريقية الذي يعتمد على سلعة سياحية نمطية، ولا تعتمد على التمييز الكبير في المنتج السياحي.
- سياسة التمييز: تعتمد على تقسيم السوق السياحية إلى عدة شرائح وفقـاً لعـدة عوامـل مذكورة مسبقاً، إذ تتميز كل شريحة بخصائص معينة، يمكن أعتبارها أسواقاً سياحية قائمـة بذاتها، تهدف هذه السياسة إلى تأثير في السوق السياحية بعدة أساليب وفقاً لكل شريحـة من الشرائح، وتتميز بفهمها لطبيعة السوق السياحية بشـكل تفصـيلي، ودراسـة مكوناتـه، الأمر الذي يدفع بإثارة مختلف الدوافع لدى السياح، وبالتالي رفع حجم الطلب والمبيعـات السياحية.
- سياسة التركيز: تقوم بالتركيز على شرائح سياحية معينة دون شرائح أخرى لأسباب تتعلق بمدى التأثير فيها سياحياً، وتهمل باقي الشرائح سياحية، لعدم جدوى النشاطات التسويقية بها، فهه السياسـة تقـوم عـلى السياسـتين السـابقتين في نفـس الوقـت، أي تقسـم السـوق السياحية إلى عدة شرائح، ثم تختار من بين الشرائح الشريحة المناسبة، التي تستطيع تركيز جهودها التسويقية عليها من خلل مبدأ الاختيار.

2 - تخطيط المزيج التطويري للنشاط السياحي

يأخذ تطوير النشاط السياحي أشـكالاً متعـددة لابـد للقـائمين عـلى التخطـيط السـياحي أخذها بعين الاعتبار:

1- تخطيط المنتجعات السياحية: وهذا النوع من التنمية يركز على سياحات الإجازات والعطل، وتعرف المنتجعات على أنها "المواقع التي توفر الاكتفاء الذاتي وتتوفر فيها أنشطة سياحية مختلفة وخدمات متعددة لأغراض الترفيه والاستراحة والاستجمام.

2- تخطيط القرى السياحية: وهي شكل من أشكال السياحة المنتشرة جداً في أوربا كما بدأت تنتشر في العديد من الدول، الحياة في القرية نموذج يختلف عن الحياة في المدن، وتستهوي سكان المدن حباً في التغيير والبساطة، ويعتمد قيام القرى السياحية على وجود عناصر الماء (الشاطئ) ، مناطق الموانئ، أنشطة التزلج، الجبال، الحدائق العامة، مواقع الطبيعية، مواقع تاريخية أثرية، مواقع علاجية، ملاعب جولف، أنشطة رياضية وترفيهية أخرى، ويتم التخطيط لإنشاء القرى السياحية عادةً في وقت واحد أي ضمن خطية سياحية واحدة ويأخذ التنفيذ مراحل متعددة وعلى فترات زمنية طويلة تحددها عناصر الطلب السياحي والطاقة الاستيعابية.

3- تخطيط منتجعات المدن: يتطلب هذا النوع من المنتجعات دمج برامج استعمالات الأراضي والتنمية الاجتماعية، مع عدم أهمال البعد الاقتصادي الذي يوفر فرص الجذب الاستثماري للمشاريع (فنادق، استراحات، .... إلخ) في المنطقة، وتحتاج إقامة هذا النوع من المنتجعات وجود نشاط سياحي مميز أو رئيس في المواقع مثل: التزلج على الجليد، وجود شواطئ، أنشطة سياحية علاجية، مواقع أثرية أو دينية.

4- تخطيط منتجعات العزلة: أصبح هذا النوع من المنتجعات من المناطق السياحية المفضلة في جميع انحاء العالم، وتتميز هذه المنتجعات بصغر حجمها ودقة تخطيطها وشموله، وعادة يتم أختيار مواقعها في المناطق بعيدة عن المناطق المأهولة مثل: الجزر الصغيرة أو الجبال، والوصول إليها يتم بواسطة القوارب، المطارات الصغيرة أو الطرق البرية الضيقة.

5- تخطيط السياحة الحضرية: وهي نوع من السياحة الدارجة والمعروفة، وتوجد في الأماكن الحضرية الكبيرة، حيث يكون للسياحة أهمية بالغة، لكنها لاتكون النشاط الاقتصادي الوحيد في المنطقة، وتشكل مرافق الإقامة والسياحة جزءاً لا يتجزء من الإطار الحضري العام للمدينة وتخدم سكان المدينة أو المنطقة وكذلك السياح القادمين إليها، وقد أخذت الكثير من الحكومات حالياً على عاتقها تطوير وتنمية السياحة في المناطق الحضرية التي تتوفر بيها الموارد والمعطيات السياحية والتي يمكن تطويرها مثل: المواقع التأريخية والأثرية وذلك من أجل إشباع رغبات السكان المحليين من ناحية وجلب الزوار والسياح إلى المدينة من ناحية أخرى.

6- تخطيط سياحة المغامرة: وهذا النوع من السياحة موجه للمجموعات السياحية التي تهدف إلى ممارسة ومعايشة خصائص معينة، وهي تعتمد على طول فترة إقامة السائح بحيث تسمح له هذه الإقامة بالترفيه والانسجام وفي نفس الوقت التعايش مع العادات والتقاليد الاجتماعية والثقافية والمناظر الطبيعية المتوفرة في المنطقة، ولا يتطلب هذا النوع من السياحة تنمية كبيرة أو استثمارات ضخمة أو خدمات ومرافق عديدة لكنهُ يتطلب أدارة جيدة وتوفر عناصر لدلالة سياحية مؤهلة وخبيرة، خدمات نقل، مرافق إقامة أولية وأساسية وكذلك خدمات ومرافق لأستقبال المجموعات السياحية عالية النوعية وبحالة مؤكدة السلامة.

7- تخطيط السياحة الرياضية البحرية: يعتمد هذا النوع من السياحة على وجود الماء (البحار أو البحيرات) ، وتتفاوت المدة الذي يقضيها السائح في ممارسة الرياضات البحرية المختلفة مثل: الغوص، التزلج على الماء، الغوص، سباق القوارب، ....إلخ.

3 - توظيف الحرف التقليدية

يعتبر النشاط الحرفي تارة منتوجاً استهلاكياً معرضاً للإتلاف والتشويه وتارةً أخرى ثروة أو رأسمالاً يجب الحفاظ عليه إذ يستلزم توظيفاً ذكياً يضمن الربح والفائدة للمجتمع المحلي بالدرجة الأولى ويساهم في رفع مستوى المعيشة بتوفير فرص العمل وتحسين الهيكل المدينة والخدمات العامة أثناء وبعد انتهاء الموسم السياحي، وأن تحسين صورة المدينة يدعو إلى تحسين ظروف عيش السكان لأن نجاح النشاط السياحي فيها يتوقف إلى حد بعيد على مشاركتهم المنظمة الفعالة، الواقع أنه ابتداء من العقود الأخيرة شهدت السياحة العالمية في المدن ازدهاراً وانتشاراً ملحوظين بسبب زيادة سكان المدن، وبذلك أصبحت المدينة محل العمل والعيش إضافة إلى كونها محل المتعة والراحة لكنها ملكاً للسكان أولاً ثم بعد ذلك موقعاً سياحياً.

وبالتالي النشاط السياحي والحرف التقليدية يتفاعلان فيما بينهما من خلال اقبال السياح على المنتجات الحرفية التقليدية مما يزيد من انتاجية الحرفيين وحفاظهم على الثقافة والنشاط الحرفي، ومن جهة أخرى تعتبر هذه الاخيرة وخاصة في حالة تطويرها وتشجيعها جاذبية للسياح المحليين والأجنبيين مما يزيد من تدفق السياح على المناطق السياحية التي لها بصمة ثقافية يميزها النشاط الحرفي الخاص بها.

4 - تخطيط المواقع الأثرية سياحياً

تنبع أهمية التراث الأثري بصورة رئيسة من القيم والمعاني والدلالات الثقافية والتاريخية والفنية والاجتماعية والاقتصادية التي تجسد تاريخ الأمم والشعوب، فمن المنظور الثقافي الحضاري تعد المواقع الأثرية كنز حضاري ثمين، فهي تشكل شاهداً ورمزاً صادقاً على الإبداع الإنساني ورؤاه الفنية عبر مسيرة التاريخ الحضري الأنساني، فهي تعمل على إبراز عناصر الفن والجمال والتميز والإبداع والأصالة، ولهذا فهي تشكل خير لبنة لبناء صرح وحدة الأمم وتماسكها.

فمفهوم تخطيط الموقع الأثري سياحياً يعني "كافة الإجراءات المؤدية إلى وضع أهداف ممكنة التنفيذ من الناحية البيئية وعلى ضوء الموارد الثقافية (الآثارية) والموارد البشرية والموارد المالية المتاحة وفق الاولويات المحددة".

إن عملية التخطيط والتهيئة السياحية للمواقع ومعالم التراث الثقافي يقوم بها عادةً خبراء في مجال، خبراء ذوي الأختصاص في مجال إدارة الموارد الثقافية، فالهدف الرئيس لتخطيط وتهيئة الموقع الأثري سياحياً هو حمايتهُ والحفاظ عليه أولاَ، ثم العمل على توظيفه، والاستغلال الأمثل والمرشد لموارده الثقافية في تحقيق الجذب السياحي وصناعة السياحة بغرض تحقيق منافع وفوائد اقتصادية متعددة ومتنوعة.

ولتحقيق المنافع والفوائد الاجتماعية والثقافية والبيئية الناتجة من عملية التنمية السياحية فإن عملية التخطيط والتهيئة السياحية لمواقع التراث الأثري تستوجب الآتي:

1- مراعاة الطابع التي تتميز به مواقع التراث الأثري بحيث يكون هناك انسجام وتناغم في التصميم للمشاريع الاستثمارية السياحية المقترحة وطبيعة المواقع، فعلى سبيل المثال لا يتوقع أن تصميم البنايات الاستثمارية بطابع غربي في موقع إسلامي.

2- مراعاة المحافظة على البيئة المحيطة بالموقع أو ما يعرف بمنظر المحيط الثقافي.

3- يجب أن لا يؤثر تصميم وتوزيع المشاريع السياحية الإستثمارية في الموقع أو حوله في الرؤيا البصرية للموقع حتى لا يؤدي ذلك إلى طمس معالمه الثقافية، وخلق ما يعرف بالتشوهات السياحية للموقع، عن طريق حجب رؤية الموقع بالإنشاءات والبنيات السياحية.

4- تخطيط أماكن لقرى الحرفيين، وأماكن للحرف، والمصنوعات التقليدية بجوار المواقع، شريطة مراعاة العلاقة التنموية الإيجابية المتبادلة بين الموقع والبيئة المحيطة به.

المبحث الخامس

مراحل وطرق التخطيط السياحي

أولاَ: مراحل التخطيط السياحي

إن عملية التخطيط السياحي بين الدول النامية والدول المتقدمة مختلفة جداً, ففي الدول المتقدمة هو جزء من خطة إقليمية وليس خطة وطنية فقط, ولكن التخطيط السياحي في الدول النامية يكون من خلال خطة وطنية تكون مدتها خمس سنوات في أغلب الأحيان وبقدر أهمية السياحة في الدولة يتم تخصيص قسم كامل لقطاع السياحة في الخطة القومية لهذه الدولة مثلما حدث في ماليزيا وإندونيسيا ومصر.

ولهذا فإن عملية إعداد خطة سياحية يتطلب تحضير وإعداد من قبل خبراء متخصصين في المجالات السياحية وتحديد الشروط والبنود المرجعية (TOR Terms of Reference), ويتم إصدار هذه الشروط في وثيقة يطلق عليها اسم وثيقة الشروط المرجعية (TOR Document) بعد مناقشتها والموافقة عليها من المؤسسات الرسمية والأهلية والمعنية بصناعة السياحة وخدمات الضيافة المصاحبة لها والتي تتضمن:

1- تدريب الجهاز اللازم الذي يحتاج إليه القطاع السياحي, حتى تتمكن المنشآت السياحية من القيام بدورها بالشكل المرغوب.

2- الاستغلال الجيد للموارد السياحية المتاحة مع توفير المرونة لها, لتتمكن من مواكبة احتياجات الطلب السياحي المحلي والعالمي.

3- إجراء دراسة شاملة للتأكد من الجدوى الاقتصادية للاستثمارات السياحية المقترحة.

4- المحافظة على حقيقة المواقع السياحية, لأن جذب السياح إلى هذه المناطق قد يعتمد على المناخ أو الطبيعية أو التاريخ أو أي عامل آخر تتميز به المنطقة السياحية.

5- دعم الدولة للقطاع السياحي, من خلال معاونة القطاع الخاص في تنفيذ البرامج السياحية, ويكون عبر خطة إعلانية تسويقية للسياحة في البلد السياحي.

6- تترافق خطة التنمية السياحية مع خطة اقتصادية لتحقيق نمو متوازن في القطاعات الأخرى الزراعية والصناعية والاجتماعية.

7- تحديد المشاكل التي تعترض تنمية الصناعات السياحية, ثم وضع خطط بديلة في حال حدوث طارئ معين

8- دراسة السوق السياحية المحلية من أجل معرفة نوعية السياح الوافدين , وماهي تفضيلاتهم للسعي إلى تأمينها قدر الإمكان.

9- تؤدي النظافة والخدمات السياحية دورا مهما في تطوير التنمية السياحية , فحين يتم السهر على نظافة الشوارع والشواطئ والآثار وغيرها من عوامل الجذب السياحي تجعل السائح يرغب في العودة إلى هذا البلد.

وتسعى التنمية السياحية إلى زيادة متوازنة ومستمرة من الموارد السياحية والترشيد في استهلاك هذه الموارد مع زيادة درجة الانتاجية في قطاع السياحة.

حيث أن وثيقة الشروط المرجعية تبين الآفاق المستقبلية للمخطط والتي تتدرج من تصورات قصيرة المدى إلى مخططات متوسطة المدى وعلى مراحل بعيدة المدى والتي تصل إلى 20- 25 سنة , ولابد في هذه الوثيقة من تحديد رئيس فريق التخطيط الذي يتولى التنظيم والتنسيق وتوزيع المهام وإعداد التقارير المتلاحقة التي تمثل مخرجات ومحصلات جهود العاملين في فريق التخطيط السياحي ,وكذلك تحدد لوثيقة الجداول الزمنية للمهام المترتبة على كل أعضاء فريق التخطيط والإنجازات المتوقعة خلال مراحل العمل لإعداد المخطط السياحي.

المرحلة أولى: حصر الامكانيات والموارد والمقومات من خلال المسح والتقييم والمراجعة

إن الخطة السياحية الفعالة هي التي تقوم على قاعدة معلوماتية متكاملة, وتحليل لكل عناصر البيئة المحيطة وتأثير ذلك على النشاط السياحي.

وتتضمن هذه المرحلة التعرف على الموارد والامكانات السياحية والأسواق السياحية الواعدة, وفرص ومحددات التنمية السياحية, وإعداد المخطط السياحي الوطني والإقليمي بواسطة فريق يسمى (خبراء في النشاط السياحي) ويتشكل الفريق الرئيس عادة من التخصصات التي تشمل: مُخطِط للتنمية السياحية, واختصاصي بالتسويق السياحي, واقتصادي سياحي, ومخطط للنقل ومرافق البنية التحتية.

ويتم تنفيذ المسوح السياحية في مكونات المنطقة من الموارد السياحية وخصائصها وبنهج يتناسب معها, إذ تتضمن تلك المسوح غالباً جمع المعلومات اللازمة عن الخواص الطبيعية والأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والثقافية, والموارد السياحية, والأسواق السياحية الحالية والمحتملة والكامنة, وأوضاع النقل العام والسياحي وبنيته التحتية وخدماته بإتجاه المنطقة وداخلها, وأوضاع التأهيل والتدريب السياحي.

المرحلة الثانية: التحليل والترابط:

تشمل هذه المرحلة على تحليل البيانات التي تم جمعها ومناقشتها ثم يتم ترتيب النتائج, وتقترن عملية التحليل بالربط بين العناصر المتشابهة لتحقيق التكامل في تحليل البيانات وذلك من أجل تكوين صورة شاملة عن الواقع السياحي الموجود حالياً وفرص التطور والنمو في المستقبل, حيث لابد من توفير البيانات والاحصاءات عن أعداد السائحين والليالي السياحية والإيرادات وحجم الانفاق السياحي من خلال الطرق المتنوعة منها ما يتعلق ببطاقة الوصول والمغادرة المستعملة عند منافذ الدخول والخروج للدولة, وبيانات التسجيل لدى المنشآت الفندقية بأنواعها جميعا, بيانات

المؤسسات الأخرى المساهمة في العمل السياحي (كحركة الطيران المدني, ووزارة التعليم حول المعاهد السياحية, والبنك المركزي حول الإيرادات السياحية.. إلخ) , وبحوث ودراسات ميدانية حول العمل السياحي, وتتضمن هذه المرحلة تحليل البيانات لأغراض التخطيط السياحي منها تحليل الطلب السياحي وتحليل العرض السياحي.

ومن جهة أخرى من المفيد معرفة الفرص الرئيسة المتاحة , والممكنة للتنمية السياحية , وهذا يوفر الأسس لبلورة مقترحات مناسبة تكفل الاستفادة من تلك الفرص , وتضمن تحقيق الفائدة , وإن التحليل يشمل العناصر الأربعة لمصفوفة S.W.O.T , وتعني: نقاط القوة: Strengths , ونقاط الضعف: Weaknesses, والفرصة المتاحة: Opportunities, والتحديات: Threats.

المرحلة الثالثة: تعيين أهداف التخطيط السياحي:

تعتمد هذه المرحلة على المرحلة السابقة حيث تقوم الجهات المسؤولة عن وضع الخطة بصياغة الأهداف العامة الشاملة والأهداف الخاصة في ضوء ما يتوفر من بيانات ومعلومات أساسية بعيدة عن الحدس, ولا بد من إيجاد مجموعة من الأهداف المحددة موضوعة ببرامج زمنية محددة حتى يكون اتجاه التخطيط واضحًا وتحتاج هذه المرحلة إلى المزيد من التنبؤ والتوقع سواء من خلال الاعتماد على الطرق الكمية أو الإحصائية حتى يتم ضبط التوجهات للخطة السياحية.

ومن الضروري تحديد هذه الأهداف بعناية ودقة فائقتين من قبل الجهة الاستشارية والجهة التنفيذية والجهة التوجيهية بوصفها تشكل الأساس الذي يحدد هيكل خطة التنمية السياحية بشكل عام, ويجب إن ندرك أن عملية إعداد خطة التنمية السياحية قد تكشف عن وجود تناقض بين بعض الأهداف, أو نلاحظ بعض الأهداف لا يمكن تحقيقها لأنها غير واقعية وغير منطقية.

المرحلة الرابعة: إعداد السياسات السياحية المناسبة (البدائل) وتقييمها

تعرف السياسة السياحية على "إنها حزمة من التعليمات والقواعد والأهداف والاستراتيجيات التي تشكل مجتمعة إطاراً عاماً توجه فيه القرارات العامة والفردية مباشرة للتأثير في عملية التنمية السياحية والنشاطات السياحية في منطقة الهدف".

ومن الضروري أن يكون للخطة عدد من البدائل قدر الإمكان ويجب الاهتمام بهذا الأمر, ففي بعض الأحيان تصبح البدائل هي أفضل الوسائل انجازاً للأهداف مع تحديد أولويات الرجوع لهذه البدائل، ومن النادر أن نلاحظ خطة ليس لديها إلا بديل واحد وإنما العكس هو الصحيح إذ يوجد عادةً أكثر من بديل, وكثيراً ما يثبت أن البديل الواضح هو الأفضل.

المرحلة الخامسة: مرحلة اختيار البدائل المناسبة

يمكن أن تكون هذه المرحلة مكملة للمرحلة السابقة إذ بعد دراسة وتحليل الوسائل المختلفة لإنجاز الأهداف المراد تحقيقها تأتي مرحلة اتخاذ القرار لاختيار أنسب البدائل وأفضلها للسعي نحو الهدف من جهة التكلفة والجودة والزمن وغيرها من العوامل.

المرحلة السادسة: تمويل الخطة

يُعد التمويل حجر الزاوية في عملية التخطيط فهو الذي يحول المشاريع كافة إلى واقع ملموس والالتزام بالتمويل المخطط يعني أن هناك مصداقية في توجيهات الجهات المعنية بتنفيذ المخطط ودخوله مرحلة التطبيق الفعلي, والجهات المعنية هي مؤسسات القطاع العام, ومؤسسات وشركات القطاع الخاص, ويتولى القطاع العام الإنفاق على المشاريع التي يؤدي تنفيذها إلى تحقيق انطلاقة ودفعة لصناعة السياحة.

ويظهر أن المشاريع الحكومية تتركز في مجالات وخدمات البنية التحتية الرئيسة ومرافقها, بينما يتولى القطاع الخاص تنفيذ المشاريع الاستثمارية المجدية الذي بدوره

يقوم بتوفير رؤوس الأموال والاستثمارات اللازمة لإنشاء وإقامة المشاريع والخدمات بما يتناسب ونوعية الطلب في السوق المحلية والدولية.

المرحلة السابعة: تقييم ومراجعة المخطط

إن التأكد من نجاح الخطة في تحقيق أهدافها يتطلب تقييماً دائمًا ومراجعة لهذه الاتجاهات والمعدلات, والسبب يعود إلى الأوضاع والظروف التي تتم في إطارها عملية إعداد المخطط السياحي, إذ تبرز عوامل ومستجدات لم تؤخذ في الحسبان عند وضع المخطط السياحي, لهذا تقتضي مراجعة دورية للافتراضات والتوقعات في ضوء نتائج التقييم وذلك حتى تبقى الخطة السياحية قريبة من الواقع, ولديها القدرة العالية على الواقعية والمرونة والاستجابة السريعة لتبدل العوامل والمتغيرات والأحداث المرتبطة بالتحديات المستجدة.

المرحلة الثامنة: التطبيق ومتابعة الخطة

تعد محور العمل كله فهي مرحلة تنفيذ ما تم تحديده في الخطوات السابقة , فلا يوجد وقت لمناقشة الأفكار السابقة وعند التنفيذ يجب أن تتكاتف جهود كل الجهات المعنية ووزارة السياحة, وهيئة تنشيط السياحة, والقطاع الخاص والمجتمع المحلي...إلخ, من أجل نجاح خطة التنمية السياحية المستدامة, ويتم تطبيق الخطة وترجمتها في الواقع العملي بوصف المشاريع المقترحة في الخطة قد بدأت عمليات تمويلها وتشييدها وتشغيلها.

أما عملية الرقابة ومتابعة الخطة فهي ذات أهمية كبيرة جداً لدورها البارز في التأكد من التنفيذ الصحيح للخطة, وعرفت في علم الإدارة هي" التحقق مما إذا كان كل شيء يسير على وفق الخطة الموضوعة والتعليمات الصادرة والمبادئ المحددة وإن غرضها هو الإشارة إلى نقاط الضعف أو الأخطار, بقصد معالجتها ومنع تكرارها, وهي تنفذ في المجالات والأشياء والناس والتصرفات كافة" , وللنجاح في تنفيذ الخطة السياحية

يجب علينا كذلك معرفة متطلبات حاجة المنطقة السياحية للوصول إلى التنمية المنشودة في حالة الاعتماد على التغذية الراجعة (Feed Back) .

ويتضح مما سبق ان التخطيط السياحي يمر بمراحل دقيقة ومترابطة مع بعضها والتي بدورها تسعى إلى تحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية , وعليه فإن الشكل (3-1) يوضح مراحل التخطيط السياحي.

مخطط (3-1) مراحل التخطيط السياحي



وفي نفس الوقت يرى (Rieder) أن عملية التخطيط السياحي في المقصد السياحي تمر بمجموعة من المراحل تبدأ بترسيم وتعدين منطقة المقصد السياحي، ووضعها

ضمن إطار خطة العمل على المستوى الوطني، ليأتي بعد ذلك التشاور والمشاركة بين قطاعات الدولة المعنية وبأجهزتها المختلفة بشأن المنطقة السياحية المراد تخطيطها، حيث يشتمل ذلك على تحليل موقف وبيئة المنطقة للخروج بالرؤية والرسالة التي تتناسب مع تلك البيئة، ثم بعد ذلك يتم صياغة أهداف العلمية التخطيطية، ووضع الاستراتيجيات التي تحقق تلك الأهداف، مع اختيار الاستراتيجية الأكثر ملائمة لبيئة المقصد السياحي، يأتي بعد ذلك تنفيذ المشروعات والخطط التي تم وضعها في إطار الاستراتيجية العامة لعملية التخطيط، ثم في النهاية يتم تقييم ومتابعة تنفيذ الخطة وما تتضمنه من مشروعات للوقوف على مدى نجاحها وتحقيقها الأهداف المنشودة.

ثانياً: طرق تخطيط النشاط السياحي

إن غاية التخطيط السياحي هو توفير مكاسب اقتصادية واجتماعية وبيئية وتامين دوام هذا النشاط، لذا فمن الممكن دمج هذا التخطيط مع التخطيط العام لمكان ما والذي يتطلب إدخاله مع البعض، ولكن السائد هو إن الخطط منفصلة عن بعضها بما فيها الخطط السياحية، وذلك بسبب الحاجة الشديدة لها بعد الأخذ بقرار إنماء السياحة والتي أثبتت وبجدارة نتائج مذهلة في دعم اقتصاد الدول إلى الأمام.

ففي دول عديدة بدأ تخطيط واسع للنشاط السياحي وضمن الخطة ذات سقف زمني معلوم وبأهداف معلومة ومحددة وأكثرها شيوعاً هي الطويلة الأجل وتسمى السنة الأخيرة هي سنة (الأفق) والتي يجوز فيها وضع التوصيات حول مشاريع وأعمال تنموية تنفذ في أجال متوسطة ضمن سقف زمني لا يتجاوز (5 سنوات) أو قد تكون على شكل خطط قصيرة لا تتجاوز (3 سنوات) .

فمن اللافت للنظر حديثاً برزت أنواع عديدة من النشاطات السياحية الحديثة والتي كانت غائبة قبل نهاية القرن الماضي مثل (السياحة الفضائية وسياحة المؤتمرات)

أي ان هنالك تغيرات جذرية في نمط استقطاب السياح والترويج للنشاطات الأخرى تستقطب أذواق هـؤلاء والتـي تتحقـق منهـا فوائـد اقتصـادية كبـيرة تتحقـق منهـا والتـي اسـتقطبت المستثمرين في المجال السياحي والتي قـد تكـون موجهـة مـن قبـل الدولـة القطـاع العـام أو القطاع الخاص المستثمرين الافراد في توجيه رؤوس أموالهم في هذا النوع من الصـناعة والتـي في هذا الظهور منهـا جملـة أنـواع مـن الأنشـطة السـياحية الجديـدة مثـل التسـلية والترفيـه والرياضة والمغامرات المائية والصحراوية والفضائية وزيـارة الاسـتوديوهات العالميـة لشركـات الإنتاج السينمائي العالمي وزيارة أرض الأجـداد والاستشـفائية وغيرهـا مـن الأنـواع التـي تبـدأ تستقطب أذواق السياح العالميين والمحليين لـذلك بـدأت المعالجـات السريعـة لتطـوير هـذه الصناعة وبطرق عديدة منها:

1- الطريقة المرنة أو المتواصلة: المعنى في هذه الخطة هو المرونة الكاملة في تنفيذ الخطـط والقابلية الكبيرة في التغيير والتبديل والتعديل في الخطة وبحسب الظروف الأدنى للخطـة وخطة الطوارئ والذي يجب أن يواكـب ضـمن إطـار الخطـة المحـددة ومـا مرسـوم لهـا لتحقيق أهدافها في عملية التنمية، وإن التوصيات ضمن الخطط القصيرة هي خصوصية ودقيقة وتطبق بحذافيرها وحسب ما مرسوم، أما الخطـط الطويلـة الأجـل فهـي تتسـم بالعمومية إلى أن تتضح ملامحها الدقيقة إلى الأهداف النهائية والمرسـومة بشـكل دقيـق ونهائي من تنفيذ الطريقة.

2- الطريقة الشاملة: وهي طريقة تختص بإدخال كل مقومات الجذب السـياحي في عمليـة التخطيط مثل المغريات الطبيعية والصناعية المخصصة لعملية الجذب السياحي.

3- الطريقة الدامجة: والتي تتضـمن النظـر إلى النشـاط السـياحي كنظـام قـائم بحـد ذاتـه ودمج القطاع السياحي ضمن خطط التنمية العامة في البلد والتـي تلحـق بهـا والتـي في النهاية تلحق بالخطط السياحية المحلية مع الخطط السياحية الوطنية والمناطقية.

4- الطريقة المركزة على صون البيئة وإدامة السياحة: فهذه الخطة تراعـي التخطـيط لإنماء السياحة وكل مـن شـانهُ أن يصـون البيئـة ويحفـظ مواردهـا ويجنبهـا المشـاكل البيئيـة الاجتماعية الثقافية، ويراعـي الجـودة في الإنتـاج والخدمـة والبيئـة للمنـاطق السـياحية المجاورة لها والآثار الإيجابية على المجتمـع والمنطقـة وتحقيـق أهـداف الخطـة المنفـذة بالنتيجة.

5- الطريقة المركزة على المصلحة العامة للمجتمع المحلي: من مهام هذه الطريقة هو دعـم المشاركة المحلية بأكبر قدر ممكن مـن التخطـيط وإنمـاء النشـاط السـياحي والاسـتفادة القصوى من آثارها الإيجابية ولمختلف القطاعات مع مراعاة عدم نبذ أي فئـة أو طائفـة أو أقلية لحرمانها في التخطيط والتنفيذ.

6- الطريقة المركزة على قابلية الخطة للتنفيذ: من خلالها تقتضي الضرورة للتخطيط بشـكل واقعي قابل للتنفيذ يتيح تحقي الخطة بإنماء النشاط السياحي مـن خـدمات وفعاليـات وأنشطة سياحية ضرورة التدقيق من تقنيات التنفيذ طوال عمليـة التخطـيط والاعـتماد على أفكار جديدة في مجال التنمية، وضمن هذه الطريقـة لا يمكـن تجاهـل المقتضـيات السياسية والواقـع السـياسي ولكنهـا لا تفـرط في الغايـات والسياسـات المرسـومة للأجـل الطويل.

7- الطريقة المركزة للتخطيط الاسـتراتيجي: وهـي الأنسـب بـين الخطـط في بعـض الحـالات والتي تركز بشكل أسـاسي عـلى تحديـد القضـايا المبـاشرة ووصـف الحلـول المناسـبة لهـا وتستخدم في ظروف معرضة للتغيـير سريـع وتهـتم بالعمـل الفـوري وبوسـائل مواجهـة التغيير بشكل التغيير بشكل مرتب، وهذه الطريقة تسـتعمل دائمـاً بفعاليـة في إطـار أي خطة طويلة الأجل التي يمكن ان تستوعب برنامج عمل قصير أو متوسط الأجل بإعتبـار البرنامج هو وسيلة التنفيذ.

الفصل الرابع

مدخلات التخطيط السياحي

ويشتمل هذا الفصل على المبحثين التاليين:

- ✍ **المبحث الأول : تحليل الوضع الحالي والتوقعات المستقبلية**
- ✍ **المبحث الثاني :: الوضع المستهدف وسبل الانتقال اليه**

الفصل الرابع

مدخلات التخطيط السياحي

يتضح أن التخطيط السليم يتطلب دراسات عميقة (اقتصادية، أحصائية، أجتماعية) وقد يتطلب الامر الأستعانة بتجارب وخبرات الآخرين، ويمر التخطيط عبر مراحل ثلاث تمثل ثلاث تساؤلات وهي:

- التساؤل الأول: ما هو الوضع الحالي؟
  - تحليل الطلب (الحالي والمستقبلي)
  - تحليل العرض (الحالي والمستقبلي)
  - التطورات المستقبلية المتوقعة
  - مخزون الموارد
  - تحليل مواطن القوة والضعف
- التساؤل الثاني: ماهو الوضع المستهدف؟
- التساؤل الثالث: كيف يمكن الانتقال من الوضع الحالي إلى الوضع المستهدف؟

المبحث الاول

تحليل الوضع الحالي والتوقعات المستقبلية

أولاَ: تحليل الطلب السياحي

الطلب بشكل عام هو" الكميات الكلية من سلعة معينة التي يمكن ان تشترى من قبل الأفراد والمشاريع بأسعار معينة في وقت معين "

أما الطلب بالنسبة للسياحة فأن المسألة تختلف وذلك لوجود عوامل مختلفة تؤثر على السائح للسفر إلى منطقة ما وذلك وفقا لعناصر مختلفة مثل مدى توفر وقت الفراغ ومستوى الدخل وهل يوجد فائض وزيادة في الدخل يمكن استعمالها, للقيام برحلة سياحية ولا شك بأن هذه العوامل تؤدي دورا أيضا في تحديد المنطقة المراد زيارتها فالشخص الذي يتوفر لديه وقت فراغ طويل ودخل عال فأنه إذا أراد القيام بعمل جولة سياحية فأنه سيفكر بزيارة المناطق البعيدة والمرتفعة الأسعار والعكس صحيح وذلك في وقت الفراغ القصير والدخل المتوسط فسوف يقوم بزيارة المناطق القريبة وذات الأسعار المعتدلة.

1 - تنبؤات المستقبل للطلب السياحي

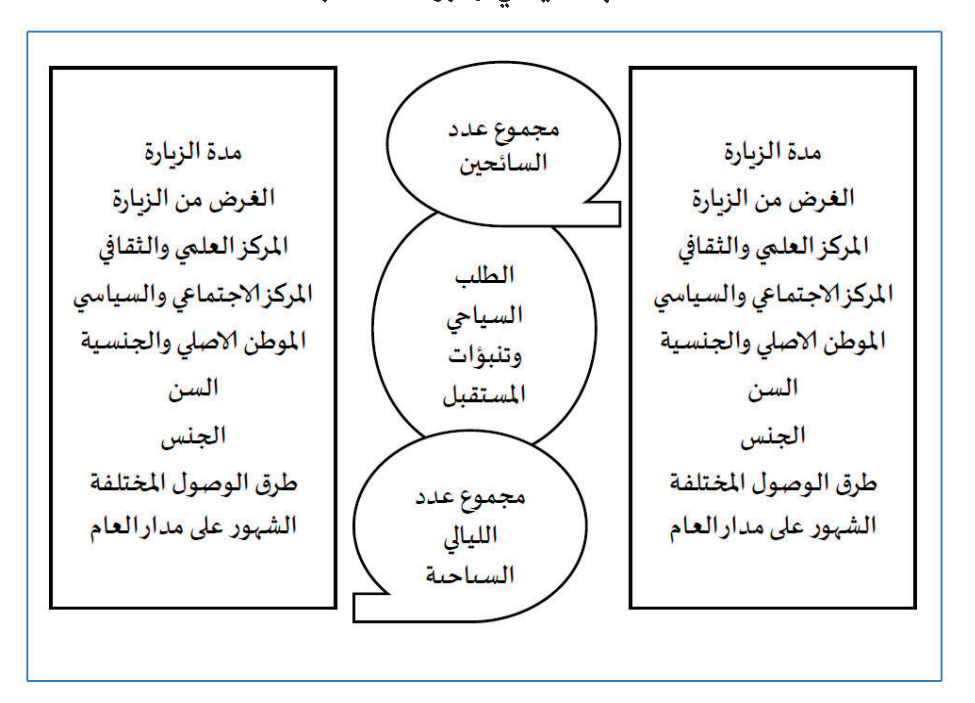
يتطلب الأسلوب العلمي الحديث في الأعمال تجميع أكبر قدر ممكن من المعلومات التي يمكن بواسطتها تكوين فكرة كافية عن نطاق العمل المطلوب إدارتهُ، حيث تتضمن الدراسات التي يتم على أساسها التنبؤ المستقبلي للطلب السياحي كما هو واضح بالشكل رقم (1-4) عاملين هما:

1- مجموع عدد السائحين.

2- مجموع عدد الليالي السياحية.

الشكل رقم (4-1)

الطلب السياحي وتنبؤات المستقبل



من خلال هذه البيانات على مدار عدد من الأعوام، يمكن التنبؤ بحجم حركة السياحة إلى تلك الدولة وبناء على تنبؤ بحجم الحركة السياحية يمكن معرفة الأحتياجات المستقبلية للسياحة المتمثلة في (المياه - الكهرباء - شبكة التلفونات - الغاز الطبيعي - شبكة الطرق والنقل - حجم الطاقة الفندقية والإيوائية - طاقة أستيعاب المطارات - المطاعم - الملاهي.....إلخ) ، فتوضع الخطة السياحية على هذا التنبؤ.

فإن هنالك بعض الطرق التي تتبع لأختيار مدى صحة وكفاية البيانات والمعلومات التي يتم جمعها فمن هذه الطريقة أحصاء ثيل (Thiel Ustatistic)

2 -أوجه الاختلاف بين الطلب بشكل عام والطلب السياحي بشكل خاص فهي

1- تنصب نظرية الطلب العام على دراسة جميع السلع والخدمات المعروضة في السوق، فيما يختص الطلب السياحي بنوع معين من الخدمات سميت بالخدمات السياحية التي تعنى بحاجات السياح وإشباعها لديهم.

2- إن الطلب بشكل عام يمارس من قبل جميع المستهلكين في المجتمع أما الطلب السياحي فيمارس من قبل فئة محدودة من الناس تتوافر فيهم عناصر محددة مثل الوقت والمال والسفر، وبتعبير آخر أن الطلب السياحي يمارس من قبل فئة السياح.

3- يتحكم السعر بالدرجة الأساس بالطلب عموماً, أما الطلب السياحي فهناك مجموعة من العلاقات الدالية التي تمثل معالمه الأساسية فضلا عن عامل الثمن.

4- يمارس الطلب بشكل عام من قبل جميع المستهلكين الذين لديهم قوة شرائية ورغبة على الدفع, في حين يمارس الطلب السياحي من قبل شريحة محدودة من المستهلكين تسمى السياح.

ويمكن تعريف الطلب السياحي بأنه "تعبير عن اتجاهات السائحين لشراء منتج سياحي معين أو زيارة منطقة ودولة سياحية بذاتها قوامها مزيج مركب من عناصر مختلفة تمثل الدوافع والرغبات والقدرات والميول والحاجات الشخصية التي يتأثر بها المستهلكون السياحيون من حيث اتجاهات الطلب على منطقة معينة"

3 - خصائص الطلب السياحي

أ- الطلب السياحي طلب مرن تجاه الأسعار

يقصد بالمرونة قابلية الطلب السياحي للتغير تبعا للظروف والمؤثرات المختلفة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية السائدة في السوق السياحي الداخلي أو الخارجي, مثل مستوى الأسعار فالعلاقة بين سعر الخدمات والطلب السياحي علاقة عكسية.

لذلك يجب على الدول المستقبلة للسياحة دراسة مرونة الطلب من الـدول المصـدرة لهـا دراسة جيدة حتى يمكن معرفة درجة الارتباط بين زيادة الأسعار وانخفاض الطلب السـياحي, وبين انخفاض الأسعار وارتفاع الطلب. ويمكن الإشارة إلى معامل مرونة الطلب السياحي.

باستعمال المعادلة الآتية:

$$\text{معامل مرونة الطلب} = \frac{\text{التغيير النسبي في الكمية المطلوبة}}{\text{التغيير النسبي في الأسعار}}$$

وكذلك تؤثر دخول السائحين أنفسهم, فالدخل المرتفع للفرد أو العائلة يصبح عاملا مهما ومشجعا في الاتجاه نحو السياحة والسفر وقضاء وقت الفـراغ في أنشـطة ترويحيـة وترفيهيـة مختلفة.

ب- الطلب السياحي طلب ممتد

بما إن السياحة ليست نظاماً منعزلاً, بل مفتوح على نفسه وعلى بقية القطاعـات, فهنـاك تداخل قطاعي بين السياحة والقطاعات الإنتاجية الأخرى يمكـن أن نلاحـظ آثـاره الاقتصـادية والاجتماعية والزراعية سواء كان من خلال توفير البيئتين المادية, والمعنوية المناسبتين للنشـاط السياحي نفسه، أم من خلال الآثار التي يتركها النشاط السـياحي عـلى بـاقي القطاعـات مـن خلال مساهمته في الدخل القومي, والمضاعف السياحي, وتوفير فرص العمل, وزيادة المعامـل الصناعية, وعلى هذا الأساس فإن أي تغيير يطرأ على الطلب السياحي سوف يؤثر سواء بشكل مباشر أم غير مباشر في الاقتصاد القومي.

ج- الطلب السياحي طلب موسمي

فالموسمية تعني اتجاه الطلب للارتفاع في فترات معينة مرتبطة بأعياد أو مواسم معينة , حيث يصل الطلب إلى ذروته خلال فترات معينة من العام. فالسياحة الموسمية هي مجموعة المتغيرات التي تحدث للطلب والعرض من السلع والخدمات السياحية بسبب عوامل معينة. ومن أسباب الموسمية المناخ والعوامل التنظيمية في الدول المصدرة للسائحين. وتشمل هذه الأخيرة مواعيد العطلات المدرسية في فصل الصيف. ويزداد تدفق السياح في موسم معين من السنة المسمى بموسم الذروة. وبالمقابل يوجد موسم آخر يقل فيه الطلب السياحي يسمى موسم الكساد أو الركود.

د- الطلب السياحي طلب حساس جداً

الحساسية: هي مدى تأثر واستجابة الطلب السياحي للعديد من العوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية المحيطة بالنشاط السياحي التي تؤثر بصفة مباشرة في نفسيات السائحين واتجاهات تفضيلاتهم وأذواقهم في الاختيار بين البلدان المختلفة.

وعند مواجهة الدول المستقبلة للسياحة مشكلات اقتصادية حادة, كانهيار النظام الاقتصادي وتدهوره، أو مشكلات اجتماعية كحدوث مجاعات وكوارث طبيعية كالبراكين والزلازل والأعاصير والسيول, أو إذا تعرضت لانقلابات عسكرية مثلما حدث أخيرا في تونس, أو مشكلات سياسية شديدة كما يحدث في بعض دول العالم مثل لبنان والعراق وسوريا ومصر مما أدى الى تقلص المد السياحي إلى هذه الدول وانخفاضه بشكل مفاجئ وملحوظ. لأن السائح يبحث دائما عن المتعة والترفيه والثقافة والهدوء. ولا يبحث عن القلاقل والمشكلات والتوترات الدولية المختلفة. إذن الطلب السياحي عالي الحساسية تجاه التغيرات الاجتماعية والسياسية والأمنية فكلما كانت هناك أوضاع مستقرة ازداد الطلب السياحي والعكس بالعكس.

ففي حالة تأزم العلاقات الدبلوماسية واندلاع الحروب يصعب الحصول على سمة الدخول بالنسبة للطلب الخارجي.

أما الطلب السياحي الداخلي فإنه أيضاً يتأثر سلبيا (وإن كانت أسعاره منخفضة) وتنعكس الحالة في حالة وجود استقرار وأمن وتوثيق العلاقات إي يحصل انتعاش في الطلب السياحي.

٥- الطلب السياحي متزايد باستمرار مع زيادة الدخل

تشير نظرية الطلب بشكل عام الى وجود علاقة طردية مابين الدخل والكمية المطلوبة فكلما زاد الدخل زادت الكمية المطلوبة , ولكن إلى إي حد تنطبق هذه الحقيقة على السلع , وما هي خصوصية السياحة في هذا المجال , إذ تصنف السلع والخدمات التي تشبع هذه الحاجات ضمن ثلاثة أصناف (وفق أفكار جيفن) , ويختلف فيها الطلب من صنف لأخر والتي سنتناولها بالآتي:

- **الصنف الأول**

ويتمثل بالسلع الاعتيادية مثل الملح, السكر, والشاي....الخ, ويزداد الطلب عليها كلما زاد دخلة إلى أن يصل المستهلك إلى حد الإشباع , وبعد هذا الحد يبقى الطلب عليها ثابتا مهما حصلت زيادة في الدخل.

- **الصنف الثاني**

ويتمثل بالسلع الرخيصة مثل الخبز والنشويات , ويزداد الطلب عليها كلما زاد الدخل إلى أن يصل المستهلك إلى حد الإحلال , وبعد ذلك إذا حدثت أي زيادة في دخلة يصبح بإمكان المستهلك أن يشتري السلع الراقية غالية الثمن ويحلها محل السلع الرخيصة.

- **الصنف الثالث**

ويتمثل بالسلع الكمالية حيث يزداد الطلب عليها كلما زاد دخلـه باسـتمرار مـن دون أن يصل الإنسان إلى حد الإشباع أو الإحلال , مثلما هي الحال في الطلب على السـياحة فالإنسـان لا يصل إلى حد الإشباع من السياحة, فضلا عن ذلك ففي حالة ارتفاع دخل المستهلك إلى حـد كبير فلا يوجد بديل أفضل من السياحة يحل محلها.

و- الطلب السياحي طلب استهلاكي فعال

إذ تقع السياحة كصناعة استهلاكية في المستوى الأول من فروع الاقتصـاد القـومي والتـي تكون على تماس مباشرة مع المستهلك (السائح) بحيث يمكنها من بعث سلسلة من النشاطات الاقتصادية (الإنتاجية والاستثمارية) , في غالبيـة فـروع الاقتصـاد القـومي أكـثر مـن الأنشـطة الأخرى. فالطلب عـلى السـياحة يمثـل في الاقتصـاد طلبـا فعـالا في حـين الطلـب عـلى السـلع الوسيطة والمواد الأولية يكون طلبا مشتقا من الطلب على السلع الاستهلاكية. ومن المهم جدا أن نذكر بأن هذه الخاصية تتوقف على مـدى إمكانيـة القطاعـات الاقتصـادية القوميـة عـلى توفير مستلزمات الإنتاج للنشاط السياحي, فكلما كانت القطاعات الأخرى متطورة ومتمكنـة وتستطيع أن تمد السياحة بمستلزمات الإنتاج , كلما زادت قدرة السياحة عـلى بعـث سلسـلة من النشاطات الإنتاجية والاستثمارية في فروع الاقتصاد القومي, أما إذا كانت هذه القطاعات عاجزة عن توفير المستلزمات المطلوبة من قبل السياحة ,فسوف تستورد مـن الخـارج, وهـذا يؤدي إلى ارتفاع الميل الحدي للاستيراد ومن ثـم سـوف يفقـد القطـاع السـياحي قدرتـه عـلى تنشيط الاقتصاد القومي.

ز- العوامل المحددة للطلب السياحي.

وهي مجموعة العناصر التي تساهم في زيادة حجم الطلب السياحي أو انخفاضه حيث تختلف كمية الطلب السياحي ونوعيته من مكان إلى آخر ومن زمان إلى آخر ويعود سبب ذلك لتأثر الطلب السياحي بعده عناصر ومنها:

1) الأسعار Prices

يعرف السعر على انه "كمية النقد التي تدفع من قبل المشتري، للبائع مقابل حصوله على السلع والخدمات". ويعرف أيضا السعر بأنه (ذلك المقابل المادي المعقول والمقبول من المستخدم أو المستهلك للمكان أو الموقع أو المشتري للسلعة المادية نفسها وآية خدمات أخرى مرافقة) . ويعد الطلب السياحي طلباً حساساً تجاه الأسعار. وعادة ما تكون العلاقة بينهما علاقة عكسية مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة.

والمقصود بالأسعار هنا هي أسعار المنتج السياحي.

وتؤثر إلى حد كبير في تحديد مدة مكوث السائح, ومعدل الإنفاق اليومي للسائح خلال الرحلة. كما تتأثر الأسعار بالمسافة المقطوعة للرحلة , فكلما زادت المسافة زادت تكاليف النقل فتصبح عملية السفر مكلفة ويؤدي ذلك الى انخفاض الطلب السياحي عليها.

ويمكن دراسة تأثير الأسعار على الطلب السياحي من الجوانب الآتية

أ - الدول ذات المستوى المعاشي المنخفض تمثل مراكز استقطاب لسياح الدول ذات المستوى المعاشي المرتفع بشرط توافر عناصر الأمان والاستقرار.

ب- القطاع السياحي يتأثر بالتضخم الذي يقلل من الطلب السياحي, لأن هذا الطلب قد يكون سبباً في ارتفاع الأسعار, لاسيما عندما لا يستطيع العرض مجاراة احتياجات الطلب.

ج- أسعار البضائع لها علاقة بالطلب على السياحة والسفر، فهناك نسبة من الناس تسافر لأجل شراء البضائع، فكلما كانت البضائع رخيصة في منطقة أو بلد ما زاد الناس على السفر إلى تلك المنطقة.

د- السائح المتجول يتأثر بالأسعار أكثر من السائح المقيم الذي اعتاد على أسعار منطقة الإقامة.

هـ - المسافة بين السكن ومنطقة القصد السياحي, إذ ربما تشكل كلفة النقل أكبر نسبة من تكاليف الرحلة. وهو ما ينطبق على من يسافر بحراً أو براً لأن السفر الجوي يقيس المسافة بالزمن وليس بالكيلو متر.

2) **الدخل** Income

للدخل أهمية في زيادة كمية الطلب السياحي, ذلك أن العلاقة طردية بين الدخل والطلب السياحي، فبصورة عامة إذا ارتفعت دخول السياح زادت المبالغ المخصصة للسياحة بنسبة أكبر من نسبة زيادة دخولهم. وفضلاً عن ذلك فإن طبيعة الطلب ولاسيما الطلب السياحي يتحددان إلى درجة كبيرة بحسب مقدار الدخل الذي يمكن الصرف منه وهو ما نطلق عليه اسم (الدخل الشخصي) بعد دفع الضرائب والمستحقات الأخرى إي الذي يكون مخصصاً للإنفاق حصراً .

ويعد مستوى الدخل من أكثر العوامل موضوعية في تفسير أسباب تفاوت الطلب السياحي بين سكان الدول المتقدمة وتلك النامية, إذ إن زيادته لدى سكان المجموعة الأولى, ولا سيما بعد الحرب العالمية الثانية مع العوامل الأخرى دفعت به ليكون في متناول يد مختلف الطبقات الاجتماعية فيما لم يحصل الشيء نفسه في دول المجموعة الثانية إلا بحدود ضيقة, لذا بقيت مستويات الدخول فيها واطئة بشكل عام مع استحواذ فئة ضئيلة من السكان على دخل مرتفع، يؤهلها للسفر والاستجمام.

إن الإنفاق على السفر مرتبط بمستوى الدخل فعند ما يزداد الدخل الشخصي أو الفردي يزداد مقدار الإنفاق على السفر.

لقد أكد الاقتصاديون بأن الطلب السياحي يتأثر تأثرا مباشرا بالدخل والسعر فعند ارتفاع الدخل مع بقاء الأسعار ثابتة سيكون التأثير على أنواع السياحة وعلى رغبات السائح تأثيرا ايجابيا.

ويمكن دراسة تأثير الدخل على السياحة والسفر من النواحي الآتية:

أ- توزيع الدخل

إن هذا العامل يعد ذا علاقة أساسية في الدول النامية بالنسبة, لتأثيره المباشر والأساسي على السياحة والسفر، إذ إن هناك نسبة ضئيلة من السكان تستحوذ على دخل مرتفع يمكنهم من السفر والاستجمام مقارنة بنسبة كبيرة من الناس الذين لا يستطيع بعضهم إشباع حاجاته الضرورية والمتمثلة بالمأكل والملبس, ولذلك فأن العدالة في توزيع الدخل له الأثر المباشر على الطلب السياحي.

ب - توزيع العوائد التجارية

في بعض الأحيان تؤثر على الطلب السياحي, ففي حالة تعرض شركة ما للخسارة يؤثر ذلك على:

- متطلبات السفر بالنسبة للعاملين ولا سيما في المجالات التي لا تعدها الشركة ضرورية.
- السفر لموظفي المبيعات أو المستخدمين بصورة عامة.
- العوائد المخصصة للموظفين التي تمنح في أيام العطل.

ج - تقلبات الدخل:

تـؤثر عـلى الطلـب السـياحي، ففـي نهايـة العشرينـات نجـد أن نسـبة الـدخل المصروف للاستجمام ارتفع، ثم انخفض بعد ذلك لعدة سنوات. وهذا الانخفاض كـان نتيجـة لانخفـاض الدخل الفردي إثر موجـة الكسـاد التـي سـادت أوربـا في الثلاثينـات فضـلاً عـن ذلـك الأزمـة الاقتصادية التي سادت أوربا في بداية السـبعينات التـي أدت إلى انخفـاض الطلـب السـياحي أيضاً

3) وقت الفراغ Leisure Time

يقصد بوقت الفراغ هو ذلك الجزء من وقت الفرد الذي يتصف بحرية الاختيار والممارسة في تحقيق المتطلبات الشخصية كافة من دون ضغط أو تأثير خارجي وبقدرات فردية مستقلة غرضها أغناء النفس بالمتعة والراحة في تنمية سلوك الفرد وشخصيته خدمة لبناء المجتمع.

وعرف جنسين (Jensen) وقت الفراغ بأنه "الوقت الذي لايبدد في العمل، وإنما يسـتثمر للمحافظة على راحة النفس، وهذا الوقت كرس للتمتع بقيمة الوقت الحر الذي يحصل عليـه الإنسان".

كذلك يقصد بوقت الفراغ "الوقت الحر الـذي يتبقـى بعـد الانتهـاء مـن أداء النشـاطات الرئيسية من حياة الفرد وفيه يكون الإنسان حراً كما لا يترتب عليه أي كسب مادي".

وتكمـن أهميـة وقـت الفـراغ في كونـه والسـياحة شـديدي الارتبـاط ببعضـهما لأن الطلب السياحي لا يمارسه إلا من يتوفر لديه هذا الوقت والقدرة الشرائية، وهـو بـذلك يكون مع العوامل الأخرى وسيلة تنبؤ بـالعرض السـياحي بوصـفه يمثـل العـرض المقـدم للأفراد للاستمتاع به وممارسته في الأنشطة المختلفة، وبذا يمكن القـول إن وقـت الفـراغ

هو العامل الرئيسي في تحفيز الطلب السياحي وبدونه قد لا يكون هناك سياحة، ولو إن ذلك لا يعني اشتراط قضاء هذا الوقت في السياحة ولاسيما إن هناك بعض المهن لا تساعد على تنمية حب السفر والانتقال لدى الأفراد بحكم الاحتكاك بالطبيعة وعدم وجود مشكلة في كيفية إشغاله.

4) السكان population

يقصد به عدد المستهلكين في السوق فالزيادة في عدد السكان لها تأثير ايجابي في حركة السياحة، حيث يعتمد الطلب السياحي على عدد السكان والعلاقة بينهما طردية، كلما زاد حجم السكان زاد الطلب السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة. ولتأكيد صحة هذه العلاقة نقول أنه لو كان هناك بلدان متشابهان بجميع المواصفات (الإمكانات المادية، المستوى الثقافي، وقت الفراغ، ... الخ) فيما عدا الاختلاف في حجم السكان، فإنه من المؤكد إن البلد الذي عدد سكانه أكبر يكون الطلب على السياحة فيه أكبر. وقد لا تنطبق هذه القاعدة على البلدان الكثيفة السكان في الواقع الفعلي مثل الهند والصين، فعلى الرغم من الكثافة السكانية العالية لهذين البلدين، إلا إن الطلب السياحي لسكانهما منخفض. ويرجع سبب ذلك إلى التأثير القوي للعوامل الأخرى وعلى رأسها عامل الدخل، فعلى الرغم من الكثافة السكانية العالية فيهما إلا إن الطلب السياحي منخفض طالما أن السكان يعانون من انخفاض في الدخل والمستوى المعاشي ,وتوجد مواصفات سكانية أخرى عدا حجم السكان تؤدي دوراً في الطلب السياحي ومنها "العمر، الجنس، الحالة الاجتماعية، عدد الأطفال في الأسرة، المهنة"

5) **التكنولوجيا** Technology

تعرف التكنولوجيا بأنها "فن إنتاج مستلزمات الإنتاج أو الطريقة التي يتم بها استخدام مدخلات الإنتاج"

ومما لا شك فيه ان التكنولوجيا تدخلت في كل نواحي الحياة المختلفة، حتى أصبح العالم من خلال هذه العوامل قرية صغيرة، يمكن التحكم فيه بسهولة. ولاشك في أن دخول عنصر التكنولوجيا في صناعة السياحة كان له أثر كبير على توفير عنصري الوقت والنفقة Cost and time حيث أن السفر لملايين الأميال لا يستغرق في الطائرة أكثر من بضعة ساعات مما يجعل السفر في أمان تام، فضلاً عن أن عنصر الراحة الذي توفره الطائرات وما فيها من وسائل راحة comfort يعطي للمسافر استقراراً نفسياً ومتعة أثناء السفر، مما يجعل من السهل اتخاذ قرار السفر بسرعة وعامل التكنولوجيا قد يدخل من خلال القمر الصناعي ووجود التلفزيون وبرامجه الفضائية، بحيث نجد أن السائح يمكن له إن يشاهد كل برامج العالم وهو في أي بلد آخر مهما بعد

ويمكن للتكنولوجيا أن تؤثر في الطلب السياحي وذلك من خلال

أ - تأثير التكنولوجيا على عملية الإنتاج, فمن خلال استعمال المكائن والمعدات الحديثة التي تمتاز بكفاءة إنتاجية عالية يمكن أن تعوض عن عنصر العمل ومن ثم تقليص ساعات العمل واتساع وقت الفراغ للقوى العاملة الذي بدوره أحياناً يعد إحدى العوامل المؤثرة ايجابيا في الطلب السياحي، فضلاً عن إن المعدات التكنولوجية المتطورة بكفاءتها الإنتاجية العالية تستطيع أن تزيد من كمية إنتاج السلع والخدمات, التي تشكل بمجموعها الناتج القومي, أي الدخل القومي الذي بدوره يؤدي إلى ارتفاع المستوى المعاشي للفرد وارتفاع متوسط دخله، فضلا عن توفير عدد كبير من السلع والخدمات التي تخدم النشاط السياحي.

ب- التأثير على عامل النقل والمواصلات إذ أدت التكنولوجيا الحديثة إلى تقدم وسائل النقل بأنواعها المختلفة وتطورها بشكل أسفر عن تخفيض تكاليف الانتقال بمختلف أشكاله وتوفير المزيد من الراحة واختصار الوقت وزيادة السرعة الى الحد الذي قضت فيه الطائرة بعد اكتشاف المحرك النفاث على عنصري الزمان والمكان

وهكذا فأن العلاقة طردية مابين التكنولوجيا والطلب السياحي، فكلما تطور العامل التكنولوجي زاد الطلب السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة

6) **الميل للسفر** propensity to travel

يرى بعض الاقتصاديين إن العامل الأساس الذي يتحكم بالسياحة هو ميول محبي السفر والسياحة أنفسهم, لذا فهو من أكثر مؤشرات الطلب فائدة, لأنه يوضح نسبة السكان المشاركين في النشاط السياحي، وهو يعبر عن الطلب, إن لم يكن هو الطلب نفسه.

ويوجد شكلان من أشكال الميل للسفر.

أ - الميل الصافي للسفر: يشير إلى مجموعة معينة من سكان المجتمع, أو النسبة من العدد الكلي لسكان البلد, التي قامت على الأقل برحلة واحدة خارج البلد خلال فترة زمنية معينة (عادة سنه) .

$$\text{الميل الصافي للسفر} = \frac{\text{عدد السكان في البلد الذين قاموا برحلة واحدة}}{\text{العدد الكلي للسكان}} \times 100$$

ب- الميل الإجمالي للسفر: يشير إلى العدد الكلي للرحلات التي تمت من قبل سكان بلد معين مقارنة بالعدد الكلي لهؤلاء السكان.

$$\text{الميل الإجمالي للسفر} = \frac{\text{العدد الكلي للرحلات التي تمت من قبل سكان بلد معين}}{\text{العدد الكلي للسكان}} \times 100$$

وتكمن أهمية الميل للسفر في التأثير على اتخاذ قرار الرحلة السياحية الذي يتأثر بمجموعة من العوامل الشخصية المترابطة التي تقسم إلى مجموعتين هما.

أ- عوامل نمط الحياة وتشمل الدخل والوظيفة والمستوى العلمي والجنس والقدرة على التنقل وحق التمتع بالإجازات.

ب- عوامل دورة الحياة وترتبط بشكل وثيق بمراحل عمر الفرد التي تخلق الميل للسفر والطلب السياحي بحسب مراحلها. وتشمل اهتمامات الفرد التي يرغب في تحقيقها ونشاطاته وأعماله واستيعابه الذهني, فضلا عن الظروف المحلية ونوع السياحة المطلوبة وهكذا تكون العلاقة طردية بين الميل للسفر والطلب السياحي, فكلما زاد الميل للسفر زاد الطلب السياحي, والعكس صحيح مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة , ويعتمد الميل للسفر بالدرجة الأساس على (وقت الفراغ) , وعلى الإجازات, والعطل, والمناسبات, والدخل, والثقافة.

7) **الوسائل التسويقية** marketing methods

يعرف التسويق السياحي بأنه "مجموعة الجهود المبذولة في سبيل إيصال الخدمات من مقدمها إلى المستفيد منها بالنوعية المطلوبة في الوقت المناسب عبر قنوات التوزيع الملائمة".

ويعرف التسويق السياحي أيضاً بأنه "التنفيذ المنسق لسياسة الإعمال من قبل المشاريع السياحية العامة والخاصة وعلى المستوى المحلي والإقليمي لإشباع الحاجات

لمجموع المستهلكين وبما يحقق عائداً مناسباً.

كما يعرف أيضا التسويق السياحي بأنه: نشاط أداري وفني تقوم به المنشآت السياحية داخل الدولة وخارجها في سبيل تحديد الأسواق السياحية المرتقبة والتعرف عليها والتأثير فيها، بهدف تنمية وزيادة الحركة السياحية القادمة, وتحقيق التوافق بين المنتج السياحي ودوافع السائحين أي إن مهمة التسويق السياحي تتحدد في تحفيز الطلب السياحي, وتحويله إلى طلب حقيقي يخلق الرغبة لدى الفرد بالسفر ويقنعه بذلك, لأن العلاقة بين الطلب السياحي والوسائل التسويقية هي علاقة طردية. لذا تفنن المسوقون في ابتكار الوسائل الأكثر ذكاء في التعامل مع الناس وحاجاتهم, وليس مع المنتوجات.

إن وسائل التسويق السياحي قد تعددت وتنوعت مثل الدعاية والإعلان والنشرات السياحية المتمثلة بالكتيبات والملصقات والوسائل المسموعة والمرئية والحديثة مثل الانترنت. وقد تطورت هذه الوسائل, وأصبح المسوق يتفنن فيها ويستعين بالوسائل التكنولوجية الحديثة والمؤثرة في جمهور السياح. فالتسويق السياحي الالكتروني أصبح من الوسائل المهمة لدى بعض شركات السفر والسياحة, وخير مثال على ذلك دولة الأمارات التي تستعمل التسويق الالكتروني للترويج عن الرحلات السياحية ويمكن إن يؤثر التسويق السياحي في الطلب السياحي من خلال: -

أ - العمل على زيادة إعداد السياح، أي التركيز على رفع مستوى الجانب الكمي للطلب السياحي.

ب- إغراء السياح على البقاء مدة أطول في الأماكن السياحية، والعمل على تحفيزهم لزيادة فترة الرحلة السياحية ككل.

ج- يسعى المسوق -أيضا- إلى تشجيع السياح الوافدين إلى البلد, لزيارة العديد من المناطق السياحية من خلال برامج سياحية مخصصة لهذا الغرض.

د- إن كان الطلب السياحي قائماً في موسم الذروة السياحي ولا مشكلة بذلك فإن دور المسوق يتجسد من خلال جهوده المنصبة لرفع مستوى الطلب السياحي في مواسم الكساد, وذلك من خلال فعاليات وبرامج متعددة تتضمن ابتكار أنماط سياحية جديدة، كتخفيض الأسعار والعديد من التسهيلات الأخرى.

وترى الباحثة أن الوسائل التسويقية تؤثر في الطلب السياحي الداخلي والخارجي. من خلال إعطاء صورة واضحة عن الإمكانات السياحية المتنوعة الموجودة في البلاد مثل المواقع (الطبيعية, التاريخية, الأثرية, الدينية, العلاجية.....الخ) وهذا كله يساهم في تحفيز الطلب السياحي الداخلي والخارجي.

8) **الاستقرار الأمني والسياسي** Political and security stability

تمثل الحاجة الى الأمان والاستقرار أهمية عظمى لدى الأفراد. وقد عبر عنها (maslow ماسلو) بسلمه الشهير, بحيث اتخذت المستوى الثاني فيه بعد الحاجات الأساسية (الفسيولوجية)

حيث يتأثر الطلب السياحي بالظروف السياسية والأمنية. فالاستقرار السياسي والأمني له دور مهم وفعال في عملية تنشيط الحركة السياحية, ويسهم في إيجاد الأمن والطمأنينة عند السائح

فلا توجد سياحة من دون توافر الاستقرار السياسي والأمني. فإذا كانت العلاقات السياسية بين الدول جيدة انتعش الطلب السياحي بدرجة كبيرة, أي إن العلاقة بين الظروف السياسية والأمنية من جهة والطلب السياحي من جهة أخرى هي علاقة طردية، لأن توافر الجانب الأمني والشخصي للسياح ذو أهمية بالغة لدى السياح إلى جانب توافر عناصر الجذب السياحي الأخرى للمواقع السياحية، إذ تنشط حركة السياحة, ولاسيما الوافدة إلى الأماكن السياحية التي يسود فيها الأمن والاستقرار.

وعلى النقيض من ذلك يبتعد السياح عن المناطق غير الآمنة ذات التوترات والنزاعات العسكرية

وتشير الأدبيات السياحية إلى أن أي تغير سياسي مفاجئ في البلد المضيف قد يؤدي إلى إغلاق أو فتح المنافذ الحدودية، والسياحة بإزاء ذلك تكون عرضة للتذبذب في معدلات الطلب السياحي, وهذا ناجم عن العديد من العوامل والمتغيرات السياسية المعروفة.

9) **سعر صرف العملة** Exchang Rate

يقصد بسعر الصرف "سعر الوحدة من عملة ما مقدرا بوحدات عملة أجنبية أخرى". ويقصد بسعر الصرف أيضاً هو سعر وحدة من العملة مقابل وحدة من عملة أخرى، ويتحدد سعر الصرف في سوق الصرف الأجنبي، حيث تتم عمليات تبادل جميع أنواع العملات". لأن التغير في أسعار الصرف يؤثر على السلع والخدمات الوطنية مقدرة بالعملات الأجنبية كذلك يؤثر على أسعار السلع والخدمات الأجنبية مقدرة بالعملة الوطنية.

وهذا العامل يظهر بشكل مباشر في أطار السياحة الخارجية لأن عند الانتقال من بلد إلى آخر يتطلب استبدال العملة النقدية التي يحملها السائح بعملة البلد المزار لغرض شراء السلع والخدمات السياحية المتوافرة في ذلك البلد". وكلما كانت أسعار البلد المزار مرتفعة فإن السائح يقلل من معدل إنفاقه, ويحصل العكس عندما تكون الأسعار منخفضة, وليس ذلك فحسب, بل إن أعداد السائحين ومعدلات بقائهم تتأثر هي الأخرى بمستوى أسعار الصرف. وهذا يعني أن فرق سعر الصرف للعملة سوف يؤدي إلى تحديد مستوى الطلب.

10) التحضر urbanization

يعرف التحضر بأنه "انتقال الناس من جماعات تعنى بصفة رئيسية بالزراعة إلى جماعات أكبر بوجه عام تتركز نشاطاتها أصلاً في الحكم والتجارة والصناعة أو المصانع المرتبطة بهاً.

وقد أشار ألبرت ريس Albert Reiss إلى أن التحضر قد يشير إلى انتشار المراكز الحضرية لمنطقة الريف المحيط أو القريب والتأثير المنتشر عادة يشير للعادات والسمات المرتبطة بالمراكز الحضرية.

وعرف بأنه "عملية التغير النسبي في الجوانب المادية والمعنوية للسلوك البشري خلال فترة زمنية معينة بغض النظر عن النقلة المكانية"

ويعد التحضر عاملا من العوامل التي تؤثر في الطلب السياحي, إذ إن تطور المجتمعات الريفية إلى مجتمعات حضرية يسهم إسهاما فعالا في حركة السياحة.

ويعزى ارتباط السياحة بالتحضر إلى توفر القوة الشرائية والميل العالي للسفر لدى المجتمعات الحضرية وقدرتها على التكيف مع ما يطرأ من تحولات حياتية مختلفة والمشاركة في القيم والمعايير التي تنسجم مع منجزات الحضارة, ومنها الانجاز السياحي، ذلك لأن عنصر التحضر لابد من أن يقود للنزوع نحو السفر والسياحة, ولاسيما إذا توافرت العوامل الأخرى. وهذا يؤكد طبيعة العلاقة الطردية بين التحضر والطلب على السياحة.

11) المستوى التعليمي والثقافي cultural and Education Level

تعد الثقافة عاملاً يدفع الإنسان للقيام برحلات سياحية لغرض مشاهدة الآثار, وتأريخ الحضارات القديمة, والمواقع الأثرية, والاطلاع على حياة الناس في البلدان

الأخرى, والتعرف على حياتهم وأعمالهم وثقافتهم ونمط حياتهم الاجتماعية والحضارية والثقافية واكتشاف أشياء جديدة لغرض العلم والثقافة والمعرفة

وهنالك علاقة وثيقة ومترابطة بين المستويين الثقافي والتعليمي للسائح وبين الطلب السياحي, إذ كلما زاد السائح ثقافة وتعليماً زاد الطلب السياحي, أي إن العلاقة بين المستويين الثقافي والتعليمي والطلب السياحي هي علاقة طردية وكلما ارتفع المستوى الثقافي زاد عدد الرحلات السياحية إلى مختلف المواقع بسبب عدة عوامل منها حب الاطلاع والرغبة في التعرف على حضارات البلدان.

وتستمد السياحة علاقتها بالثقافة من الدور الذي تؤديه هي كواحدة من المحفزات والعوامل الثقافية، التي تدعو الفرد للقيام بالرحلة واكتساب ثقافة لم يكتسبها من قبل. وقد أكدت الدراسات السابقة أن ارتفاع المستوى الثقافي وتوفير الرغبة للارتقاء به يؤدي إلى زيادة الطلب السياحي على قاعدة رغبة السائح بتشكيل ثقافته (الخاصة) .

12) سياسة الانفتاح السياحي وإجراءات الرحلة السياحية

Open-door policy Procedures tourists trip

سياسة الانفتاح السياحي تعزز وتدعم الاقتصاد الوطني حيث يتبعها العديد من الدول الأوربية والأسيوية كجزء من متطلبات تطبيق برامج الإصلاح الاقتصادي وأثرها في النهوض في برامج التنمية والاستثمار عموما, والاستثمار السياحي خصوصا ولما له من آثار ايجابية على الطلب السياحي لتلك البلدان والصين خير مثال على ذلك كونها تمتلك أرثا حضاريا وتاريخيا مهم ومتنوع فضلا عن إمكانياتها السياحية الطبيعية, وتراثها الشعبي.

فالصين لم تعرف السياحة بمعناها الحقيقي إلا بعد أن بدأت تطبيق سياسة الانفتاح والإصلاح حيث فتحت أبوابها كضرورة للنهوض في الاقتصاد والاستثمار واستعانت

بخبرات متخصصة في السياحة وإدارة الفنادق وتنظيم الرحلات وفتحت باب الاستثمار الخارجي ومنحتهم إعفاءات وتسهيلات كثيرة, ساعدها على خلق وتقديم منتج سياحي متنوع ومتميز التقليدي منه والحديث, وكان له الأثر الواضح على حركة التدفق السياحي إليها, حيث حصلت على المرتبة الثالثة في أعداد السياح عالميا, وبلغت إعدادهم (54.7) مليون عام 2010. بعد أن كانت في المرتبة الرابعة عام 2004, وبلغ أعداد السياح (50) مليون سائح وكذلك حصلت على المرتبة الخامسة في المعدلات السياحية عام 2010 لتحصل على (41.9) مليار دولار, وتنافس العديد من الدول السياحية عالميا.

ويتطلب نجاح سياسة الانفتاح السياحي أن ترافقه إجراءات سفر غير معقدة للسياح الوافدين حتى تزيد من تدفقهم إليها مثل (إجراءات الحصول على التأشيرة أو سمة الدخول وإجراءات التفتيش والحجز في الفنادق وكذلك السفر وخاصة النقل جوا والتعامل الجيد في منافذ الحدود والإجراءات الصحية والضرائب المفروضة على السياح الوافدين والمغادرين وكلها إن توفرت بطريقة سهلة وغير معقدة تحقق طلبا سياحيا ايجابيا) .

أما بالنسبة لإجراءات الرحلات السياحية التي تواجه السياح من بلد إلى آخر. ولا سيما بعد تزايد الطلب العالمي على السياحة في السنوات الأخيرة بشكل كبير. فبعض الدول تقوم بوضع إجراءات طويلة ومعقدة تؤدي إلى تذمر السياح. وبعض الدول تقوم بإلغاء وتخفيف الكثير من الإجراءات السياحية كما هو الحال في دول أوربا والولايات المتحدة, إذ أصبحت تستقطب أعداداً كبيرة وهائلة من الطلب السياحي العالمي.

فكلما كانت الإجراءات سهلة وبسيطة, ولا تتطلب جهداً كان تأثيرها ايجابياً على

الطلب السياحي والعكس صحيح ومن أهم الإجراءات هي: .

- الحصول على الفيزا.
- والإجراءات الصحية.
- والتأمين الصحي.
- والحصول على جوازات السفر.
- وإجراءات الحجز لوسائل النقل وخاصة النقل الجوي.
- وإجراءات التفتيش والتعامل على منافذ الحدود وغيرها.

ولعل من أهم خصائص السياحة هي الحرية إذ لا جدوى من أي جهد للتنشيط والتسويق السياحي إذا كانت مداخل البلاد ومخارجها تشكل عقبة أمام السياح، لأن هذه النقاط تمثل الانطباع الأول والأخير بالنسبة لهم عن البلد المزار، الذي يسهم إلى حد بعيد في تحديد مستوى الطلب السياحي.

نستنتج مما تقدم انه كلما تعقدت إجراءات الرحلة السياحية وأصبحت أكثر صعوبة انخفض الطلب السياحي بدرجة كبيرة.

13) تنوع العرض السياحي: The diversity of tourist offer

إن تنوع العرض السياحي هو عبارة عن تجميع موارد السياحة الطبيعية منها والبشرية والتي تشكل القاعدة الأساسية لصناعة السياحة. كما أن العرض لسياحي في بلد ما أو منطقة أو إقليم ما وتميزه بتوافر عدد من المقومات السياحية المتنوعة سواء أكانت طبيعية أو أثرية وتاريخية أو دينية فضلا عن الخدمات والتسهيلات الملائمة لخدمات النقل والإيواء وخدمات الشراب والطعام والطرق الجيدة وشبكات الكهرباء والاتصالات الحديثة وغيرها تحفز الطلب السياحي الداخلي والخارجي. تجعل هذه الدولة أو المنطقة هدفا وقصدا للسياح والزوار وترفع مستوى المشاركة في برامج

سياحية متنوعة لزيارة هذا المقصد السياحي المتنـوع في الجاذبيـات والخـدمات والفعاليـات, ويزيد عدد الوافدين ذوي الشرائح والدوافع المختلفة. أي يخلق طلبا سياحيا متنوعا.

إذن العلاقة طردية بين تنوع العرض السياحي للبلد أو الإقليم أو منطقة القصد السياحي والطلب السياحي من خلال رفع مـؤشرات تطـور الطلـب السـياحي فيهـا والمتمثلـة بأعـداد ونوعيـة السـياح الوافـدين أو معـدل بقـائهم ومعـدل إنفـاقهم اليـومي مـما يعظـم المنـافع الاقتصادية والاجتماعية للاقتصاد المحلي والقومي.

ويتميز كل بلد من البلدان السياحية بتوافر عدد مـن المقومـات السـياحية والتـي تكـون الأساس في خلق الطلب السياحي عليها بسبب ما توفره من مميزات نتيجة لهـذا التنـوع مـما يجعلها هدفا ومقصدا للسياح والزوار من كثير من البلدان سواء أكانت بلدان في ذات الإقليم أو المنطقة أو من بلدان بعيدة.

كما أن تنويع العرض السياحي يحتم فتح الباب أمام المستثمرين في القطاع وتأسيس بنى تحتية تسهم في در الأرباح الكبيرة منه في المستقبل. وما يـدعم ذلـك مـن تـوفير طـرق النقـل الجيدة والعمل بأحدث التقنيات الحديثة مـع تـوفير المنشـآت والفنـادق السـياحية الحديثـة والمطارات والمجمعات التجارية والمدن السياحية المتكاملة وشبكات الطرق الحديثـة وجميـع المتطلبات الأخرى التي تمثل عوامل لجذب السياح.

كما أن تنـوع العـرض السـياحي في منطقـة واسـتغلالها بالشـكل الأمثـل مـع تـوفر كافـة الخدمات والتسهيلات التكميلية, يؤدي إلى زيادة الطلب السياحي الداخلي والخارجي.

3- أنواع الطلب السياحي:

يمكن تقسيم أنواع الطلب السياحي طبقا لعدة عوامل ومعايير وكالاتي:

1) تبعا للعامل الجغرافي

أ- الطلب السياحي المحلي أو الداخلي

الذي يشمل السياح الذين ينتقلون من إقامتهم إلى أية منطقة أخرى داخل البلد نفسه.

ب- الطلب السياحي العالمي أو الخارجي

الذي يشمل السياح القادمين من خارج القطر لغرض الاستفادة من المنشآت والخدمات السياحية التي تقدم لهم.

2) تبعا لمدى تحققه

أ- الطلب السياحي العام

ويقصد بهذا النوع من الطلب –الطلب العام على إجمالي الخدمات السياحية أو على الخدمات السياحية عموما بغض النظر عن النوع أو الوقت أو المدة. ومن هنا يرتبط الطلب العام بالعملية السياحية ككل وليس بنوع محدد أو برنامج خاص من برامجها.

ب- الطلب السياحي الخاص

وهو الطلب الذي يرتبط ببرنامج سياحي معين يجده السائح لإشباع رغباته واحتياجاته ومن هنا يعد هذا الطلب على برنامج معين طلبا خاصا بسائح ما أو مجموعة سياح وليس كل السياح مثل زيارة غابات أفريقيا المفتوحة (السفاري) ,أو السفر إلى الهند لنوع معين من السياحة كتسلق الجبال أو زيارة كندا لمشاهدة شلالات نياجارا أو السفر إلى أمريكا لزيارة ديزني لاند.

ج- الطلب السياحي المشتق

ينصب هذا النوع من الطلب على الخدمات السياحية المكملة أو المكونة للبرنامج

السياحي, مثل الطلب على الفنادق, الطلب على شركات الطيران أو النقل السياحي أو الوكالات والذي يتم من خلال البرنامج السياحي.

د- الطلب السياحي الفعال الحقيقي

وهو ذلك الطلب الذي يجمع بين الرغبة والسفر إلى المناطق السياحية المرغوبة, وقدراتهم على استعمال خدماتها وتسهيلاتها, أي أنه يجمع بين طياته محددات الطلب الأساسية, الرغبة في الحصول على المنتج والقدرة على الدفع- أي القدرة على دفع متطلبات الحصول على هذا المنتج.

ه - الطلب السياحي الكامن

وهو طلب ينقصه أحد العناصر الأساسية بمعنى لا تتوفر حاليا لدى السائح أحد هذه العناصر:

1- القدرة على دفع تكاليف الرحلة.

2- عدم توافر الظروف المناسبة.

3- عدم حصول السياح على المعلومات المناسبة.

4- ضعف وسائل الإعلام والإعلان والترويج......الخ.

ثانياً: تحليل العرض السياحي

نقصد بالعرض السياحي الموارد السياحية ومدى إستغلالها في تشكيل المنتج السياحي، حيث لا يفترض أن تبدأ عملية لتمية السياحية في أي دولة من فراغ وبدون دراسات تخطيطية على مستوى عال وفق قواعد مدروسة بشكل سليم.

يمكن تعريف العرض السياحي بأنه "كل المصادر الطبيعية (Natural Resources) والعوامل الاجتماعية والثقافية وما يصنعه البشر (Human Resources) التي تشكل

مزيجـا (Mix) أطلـق عليهـا مفـردات الخلفيـة السـياحية (Background tourism Elements).

وعرف أيضا بأنـه كـل مـا تسـتطيع منطقـة أن تقدمـة لقاصـديها مـن السـياح الفعليـين والمتوقعين متمثلا بسلسلة متصلة ومتكاملة مـن المغريـات والجـواذب الطبيعيـة (Natural Attractions) والبشريـة (Human Resources) ومـن التسـهيلات والخـدمات والمنشـآت (Complementary Facilities) التـي مـن الممكـن أن تـترك مـن الأثـر في نفـوس قاصـديها لزيارتها والمكوث فيها لفترة من الزمن من دون غيرها.

1 - مقومات العرض السياحي.

فقد اختلف الباحثون في تناول مكونات العرض السـياحي وترتيـب أهـم عنـاصره. ولكـن مهما اختلفت وجهات النظر نحو هذه المكونات فهي تصب في ثلاثة اتجاهـات رئيسـية هـي المقومات الطبيعية والمقومات البشرية والتكميلية. وتتكـون مقومـات العـرض السـياحي مـن العناصر الآتية: .

أ- المقومات الطبيعية (Natural Resources)

وهي مجموعة العناصر الناتجة بفعل الطبيعة وليس من عمل الإنسـان وتتضـمن جميـع الثروات والمغريات والجاذبيـات الطبيعيـة (**Natural Attractions**) ذات القيمـة السـياحية وتتمثل بـ:

1- المناخ (Climate) : ويتمثـل بـالجو اللطيـف ودرجـة الحـرارة, ونسـبة الأمطـار, ونسـبة الرطوبة, وكمية تساقط الثلوج وأشعة الشمس, ودرجة النقاوة.

2- شـكل الأرض (Topography) : ويشـمل المنـاظر اللطيفـة الجذابـة والجبـال والسـهول, والوديان, والهضاب, والكهوف, ولون الأرض, والبراكين, وتكسرات الصخور, وكـل المظـاهر الطبيعية اللافتة للنظر.

3- المياه (Water Resources) : وهـي كافـة مصـادر الميـاه والمحيطـات والبحـار والأنهـار والبحيرات والشلالات والينابيع والجداول والأهوار والمياه المعدنية الحارة والباردة.

4- الغابات والأشجار (Plants & Forests) : الغابات والحدائق والبساتين والأشجار النادرة.

5- النباتات والحيوانات (Flora & Fauna) : وهي كافة مظاهر الحيـاة النباتيـة والحيوانيـة التي تشكل جذبا للسياح وجميع الحيوانات والنباتات البرية التي تكـون موجـودة بشـكل حر في الطبيعة أو حدائق الحيوان أو الحدائق والمحميات.

ب- المقومات البشرية (Human Resources) :

وهي جميع الجوانب الأصيلة والموروثة (Original and Inherited Attractions) التي هي من صنع الإنسـان, وكـذلك الجوانـب المصـنعة (Artificial Attractions) مـن تأريخيـة وتراثيـة ودينيـة وتشـمل النصـب التأريخيـة والأمـاكن الأثريـة (Historical Sites) والمـدن التاريخية والمعابد والتماثيل والقلاع والأسوار والأماكن التراثية الفنيـة (المتـاحف) والصـناعات الشعبية ومظاهر الحضارة والعتبات المقدسة ومظاهر الجـذب الـديني (المناسـبات الدينيـة) والعادات والتقاليـد والمجتمعـات المحليـة (Local Communities) والاحتفـالات التقليديـة (كالمهرجانـات الوطنيـة أو المحليـة) (والمناسـبات والأطبـاق المحليـة) والفـن الشـعبي وروح الضـيافة والمهـارات للأيـدي العاملـة. وكـذلك الخـدمات الوسـيطة والخـدمات التنظيميـة والخدمات التوضيحية

ج- الخدمات المساعدة والتكميلية Complementary Services:

ويمكن إجمالها بما يأتي:

1- **مشاريع البنية العامة Infrastructure** وهـي المشـاريع التـي تشـكل أسـاس الاقتصـاد القومي, والتي تزود القطاع السـياحي بمسـتلزمات الإنتـاج الأساسـية لجميـع القطاعـات وهي المشاريع العامة ذات النفع العام.

وتشمل ما يأتي:

أ - شبكات الطرق والجسور.

ب- شبكات المياه والصرف الصحي.

ج- شبكات الكهرباء.

د- شبكة الاتصالات السلكية واللاسلكية.

هـ - المراكز الصحية والعلاجية.

و- البنوك.

ز- الأجهزة الحكومية المختلفة.

2- **وسائل النقل Transportation**: يتمحور قيام تدفق سياحي إلى منطقة المقصـد, حـول توفير وسائل نقل متطورة للوصول إلى هذه المنطقة, وكلـما بعـدت منطقـة المقصـد عـن السوق المصدر للسياح, كلما ظهرت الأهمية لوسائل النقل.

وتشمل وسائل النقل ما يأتي:

أ - سبل الوصول إلى المداخل الرئيسة للمنطقة.

ب- سبل التنقل داخل المنطقة.

ج- النقل البري.

د- النقل الجوي.

هـ - النقل المائي.

و- النقل الجبلي.

3- مقومات الضيافة **Hospitality** ويتضمن ما يأتي:

أ - الاستعداد للخدمة والتضييف لدى السكان المحليين.

ب- مشاعر الود والكياسة والاحترام تجاه السياح الوافدين.

ج- اختفاء روح الاستغلال.

د- شعور السياح بالأمان الشخصي والاطمئنان.

هـ- الكادر السياحي والفندقي المتخصص والأيدي العاملة الماهرة والمتدربة والكوادر الأخرى التي تعمل على ضيافة السياح.

4- مشاريع البنية الفوقية **Super Structure** وتشمل جميع المشاريع السياحية المقامة فوق سطح الأرض التي يقتصر نشاطها على خدمة السياح والمسافرين بالدرجة الأساس, وتشمل المدن السياحية ومؤسسات الإيواء بمختلف أنواعها: الفنادق, الموتيلات, الفنادق العائلية البنسيونات, الشقق المؤثثة, الغرف المؤثثة, المخيمات, الكرفانات, فنادق الشباب, مؤسسات تقديم الطعام, المطاعم وبمختلف أنواعها, أكشاك بيع الطعام, أماكن اللهو والتسلية الخاصة بالسياح (الكازينوهات, ساحات الألعاب, مدن الألعاب, البولنك, المسارح, السينمات.

5- **التقدم الاقتصادي والتكنولوجي والحضاري Cultural ,Technological and Economical Progress**: وهي درجة تقدم وتحضر الإقليم السياحي وكل مظاهر الحداثة التي تؤثر في تقدم ورفع مستوى البنية التحتية والفوقية.

وينعكس ذلك من خلال البنايات الشاهقة, ناطحات السحاب, الأبراج العالية, فن العمارة, السدود والخزانات, محطات توليد الطاقة, المعارض الاقتصادية وكل ما يعكس تقدم البلد ويشكل عامل جذب سياحي. ويمكن توضيح هذه المقومات مجتمعة كما في الجدول (1-4) .

جدول (1-4)

ملخص شامل لمقومات العرض السياحي

المقومات الرئيسة	الفرعية	المقومات الجزئية للمقومات الفرعية
المقومات الطبيعية **Natural Resources**	- الأرض - المناخ - المياه - الغطاء النباتي - الحياة البرية - مناطق الجمال الطبيعي	الموقع, المساحة, السمات السطحية, الشكل العام, الفروقات الحرارية, الأمطار, الثلوج, المياه الجوفية, الأنهار, البحيرات, المساقط المائية, الغابات, البساتين, حيوانات الصيد, الطيور, الأسماك, مناطق طبيعية مطورة, مناطق طبيعية غير مستغلة (هبة الخالق)
المقومات البشرية **Human Resources**	- السكان - العمالة - الضيافة - لتراث - المعاصرة	الإعداد, السمات والملامح, الرغبة, مستوى المياه, مراكز التعليم المتخصص, الاستعداد, الود وعدم الاستغلال, الأمان, الآثار الشاخصة, التاريخ, المناسبات, المواسم, المهرجانات, مراكز العلم والمعرفة, المراقد الدينية, المنتوجات والصناعات الشعبية, الفن والرقص الشعبي, المتاحف, المسارح, مراكز الفنون, المعارض.
المقومات المساعدة **Complementary Facilities**	- العامة - المتخصصة - الوسيطة	إمكانية الوصول, سبل التنقل, مرافق الخدمة العامة, الإسكان الفردي, الإسكان الجماعي, الإطعام والشراب, التسلية واللهو, الترويح والرياضة, الصحة النفسية, الصحافة المتخصصة, الوكالات المتخصصة, غرف التجارة, هيئات السياحة الرسمية, وكالات

المقومات الرئيسة	الفرعية	المقومات الجزئية للمقومات الفرعية
		السفر, منظمو الرحلات الشاملة, نوادي السفر, الجمعيات الشبابية, مراكز الإرشادات, المعارض, المسقفات, الدلالة, محطات الاستراحة, المماشي.

المصدر: مثنى طه الحوري,نحو خطط رصينة لتنمية السياحة في العراق (أنموذج لتصنيف وجرد مقومات العرض السياحي) , بحث منشور في مجلة كلية الإدارة والاقتصاد, الجامعة المستنصرية, العدد الحادي والثلاثين, 2000, ص: 278.

- مثنى طه الحوري, إسماعيل محمد علي الدباغ, اقتصاديات السفر والسياحة, الطبعة الأولى, مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع,عمان,2000, ص: 58.

ولذلك فإن الدولة المستقبلية للسياحة يجب أن تبدأ أولاَ بجرد أو حصر جميع مقوماتها السياحية وتصنيفها ثم تقييمها وفق لمعايير موضوعية كيفية وكمية، أول الحقائق التي يجب التعرف عليها وصف وتحديد المنتج الحالي، وهذا يتضمن حجم طاقة الأقامة والخدمات التي تقدم للسائحين مع حصر للموارد والمغريات الطبيعية والأثرية والتاريخية والحضارية والثقافية والإجتماعية والبيئية.

1- مفهوم الحصر السياحي

يقصد به هو عملية جمع المعلومات والبيانات السياحية بعناية وبطريقة منظمة وعلى اسس فنية وتحليلية وتفسيرها من أجل تحسين وضع الخطط وصناعة القرار.

وهذا يشمل معرفة اعداد السائحين وكذلك معرفة طريقة الوصول وطول مدة الاقامة واسلوب ونوع طريقة سد الحاجات تلبيتها ووسائل الترفيه التي يرغبها السائح ومقدار الانفاق واسلوب ونوع طرق الانتقال والخصائص الاجتماعية والاقتصادية للسائحين.

2 - طرق الحصر السياحي

تتعدد طرق ونظم الجمع والحصر للبيانات السياحية وتتوقف اهمية هذه البيانات على حجم النشاط السياحي وكفاءة الاجهزة التي تقوم بتجميعها وتتمثل هذه الطرق بالاتي:

1- بطاقات الوصول والمغادرة: والتي تستخدم في منافذ الوصول والمغادرة من الدولة وقد اوصت منظمة السياحة العالمية بضرورة توفر الاسئلة الاتية في هذه البطاقة والمتمثلة بالاتي:

أ- بلد الاقامة للشخص الزائر.

ب- الجنسية.

ج- الغرض من الزيارة.

د- تاريخ الوصول والمغادرة للتمكن من حصر فترة الاقامة.

هـ- وسيلة السفر.

2- بيانات التسجيل لدى منشآت الاقامة (الفنادق أو النزل السياحية) : وهذا يتم عند قيام النزيل بتسجيل بياناته في بطاقة خاصة لجميع المنشآت السياحية وحتى اماكن الاقامة الوقتية للرحلات الترفيهية مثل اماكن التخييم والشقق وكافة الاماكن التي تستقبل السائحين

3- بيانات المؤسسات الاخرى التي تهتم بالعمل السياحي: مثل.. المطارات.. حركة النقل الداخلي..

أ- بيانات وزارة التعليم الخاصة بالسياحة.

ب- البيانات التي تصدر عن البنك المركزي حول الايرادات السياحية.

4- البحوث والدراسات الميدانية.. وتتم هذه غالبا عند رحيل السائحين وتتم بواسطة باحثين مدربين على توجيه الاسئلة وتدوين البيانات وتتركز هذه البيانات حول

الاتي: عدد السائحين، فترة الاقامة، الايرادات من السائحين الاجانب، معدلات الاشغال للغرف.

3- اهداف الحصر السياحي

تهدف عمليه جمع وحصر البيانات السياحية الى عدة امور وهي:

1- دراسة شاملة لكافة عناصر العرض السياحي والمقومات السياحية في الدولة.

2- تحديد مناطق التنمية السياحية ومواقعها واحتياجاتها.

3- وضع الخطط التنموية لاستغلال المناطق المحددة وفق برامج زمنية.

4- اعداد برامج جزئية لكل منطقة في المناطق السياحية بشكل خاص.

4 - مشكلات الحصر السياحي وتقييم الموارد السياحية

يتصور البعض أن حصر الموارد السياحية حصراً ميدانياً أمر غير لازم وأنه ليس له ألا قيمته أكاديمية، فالتنمية السياحية تقوم على الآتي:

- التعرف على ماهو متوفر من موارد سياحية.
- القيمة الموضوعية لكل مورد من هذه الموارد.

ولتقييم الجاذبية السياحية لابد من إيجاد عامل مشترك يتحدد في ضوئه قوة الجذب لكل مورد بقطع النظر عن طبيعة خصائصهٌ، وتقييم الموارد وتحديد درجة إستغلالها يسهم في إعداد خطة التسويق حيث أن كل جانب منها يعتبر من أحد مكونات المنتج السياحي فضلاً عن الأدوار التي ستقوم بها كافة الجهات المعنية بالعمل السياحي.

وعلى ذلك يتعين البدء بحصر حقيقي للموارد السياحية بكاملها شاملة المناخ والمغريات السياحية (الطبيعية، الاجتماعية، الاصطناعية) إلا أن عاملي الوقت والتكلفة قد يؤديان إلى صعوبة أجراء هذا النوع من الحصر، ولذلك فقد جرت العادة إلى إجراء

هذا الحصر بأسلوب ميداني للأهم الموارد السياحية وأستكماله بالأسلوب المكتبي بالنسبة لبقية الموارد.

ثالثاً: التطورات المستقبلية المتوقعة

يبدو مؤكداً أنه لوقت طويل ستظل بعض الدول العالم جهة سياحية مقصودة، وإن كانت هناك بعض المؤشرات تشير على أن مناطق أخرى ستجذب السياح أيضاً في المستقبل، ومع تحسن النقل الجوي، فإن كثيراً من الأفراد على استعداد للسفر إلى أماكن أبعد، فمن المحتمل والمؤكد أن يبحث المزيد والمزيد من السياح من جهات جديدة يقصدونها، تكون أق ترددا عليها، حيث أصبحت العديد من المناطق السياحية مكتظة بالسائحين.

ومع أرتفاع مستويات المعيشة، ومع زيادة الدخول، ومع زيادة طول مدة الإجازات ومع تحسن فرص التعليم، فإن من المحتمل أن تكون هناك زيادة في السياحة، سواء كانت ذات طبيعة محلية أو دولية، فإن تقدم وسائل النقل كان سبباً ونتيجة لنمو السياحة، إذ أن تيسيرات النقل المتطورة قد شجعت على السياحة، كما تعكس نوعية شبكة النقل أعنى توفير الخدمات التي يمكن تقديمها ونوعيتها زيادة الفرص المتاحة لرحلة سياحية، وفي الوقت الذي يصعب فيه التنبؤ أو التخطيط لنمو تطوري للمستقبل السياحي، يبدو مؤكداً وبشكل معقول أن النمو المستمر، حتى ولوكان بنسبة بطية سيحدث تطوراً في المستقبل السياحي وسيكون طريفاً أن نرى إذا كان تقرير اليونسكو لعام 2000 سوف يحقق 3000 مليون سائح.

فإن التطورات المستقبلية المتوقعة للحركة السياحية تتضمن الآتي:

أ - اتجاهات دولية

1- أن التزايد المستمر في الدخول يؤدي إلى الأقبال على السفر، فالتقدم الاقتصادي العالمي

المستمر الذي له تـأثير عـلى معـدلات التوظيـف والـدخول المخصصـة للأسـتهلاك بصـفة خاصة.

2- معدلات النمو الاقتصادي وأهتمام الدول والمنظمات المالية للتغلب عبى ظاهرة التضخم والتقلبات العنيفة في أسعار العملات.

3- التغـيرات النقديـة وأهـتمام الـدول والمـنظمات الماليـة للتغلـب عبـى ظـاهرة التضـخم الوتقلبات العنيفة في أسعار العملات.

4- معدلات التغير في القوى الشرائية وأنماط الأستهلاك بالنسبة للمواطنين والأجانب بأعطـاء أهتمام أكبر للأتفاق على قضاء أوقات الفراغ والسفر والسياحة.

5- أوقات الفراغ والأجازات السنوية ونظـم توزيعهـا عـلى مـدار العـام والأتجـاه إلى زيـادة نصيب الفرد من الإجـازات والأسـتفادة بهـا عـدة مـرات مـما سـاعد عـلى تكـرار السـفر والسياحة سواء الداخلية أو الخارجية.

ب - تغييرات فنية

1- حركة الطيران والتغيرات الفنية الكبيرة التي شهدتها صناعة الطائرات.

2- حركة السفر بالسيارات الخاصة.

3- تطور في نشر وتوزيع المعلومات، والنظم المستخدمة في تنظيم وتقديم الرحلات.

4- الظاهرة الجماعية السياحية حيث أصبح الطلب على الفنادق العاليـة الدرجـة ورحـلات الطيران المنتظم يمثل جانباً صغيراً من الطلب الكلي أمـا النصـيب الأكـبر فقـد أصـبح مـن خط الفنادق ومتوسطة الدرجة والرحلات المجمعة التي تستخدم الطيران العارض.

ج- أتجاهات تكنولوجية

أختراعـات جديـدة مـن أجـل مزيـد مـن الراحـة والضـمان والسرعـة متمثـل في وسـائل

النقل، التسويق، التمويل، التغذية والتي قد تؤثر على صناعة السياحة، مثل كافتيريات الخدمة الذاتية، القطارات السريعة، عابرة المدن، ماكينات التنظيف، مراكز الحجز التي تعمل بالحاسوب الآلي، سرعة شبكة الأنترنيت....إلخ.

د- سمات النمو

أصبح السوق السياحي لكبار السن في السنوات الأخيرة ذو اهمية، فعلى الفنادق أن تطوع خدماتها وتسهيلاتها لصالح هذه النوعية من السائحين.

هـ - التركيز على الرحلات المتكاملة

أتجاه الطلب السياحي بشكل متزايد إلى الأهتمام بفرق بالرحلات الترفيهية والرياضة ومزاولة الهوايات الخاصة وقضاء العطلات بعيداً عن مناخ العمل في مناطق هادئة متمثلاً في الاتجاهات التالية:

- السفر لمسافات بعيدة.
- الاهتمام بزيارة المناطق ذات الأبهار الحضاري والثقافي.

و - أتجاهات الهيمنة في صناعة السياحة

1- أتجاه متزايد نحو التكامل والاندماج الذي أخذ عدة أشكال وأنماط للتلائم مع حركة السفر المتمثل في الآتي:

- تكامل واندماج بعض المؤسسات الفندقية العالمية في شكل واحد.
- أتجاهات تكاملية بين شركات الطيران وشركات الفنادق.

2- قيام منظمي الرحلات بإنشاء المراكز السياحية التي تتناسب مع نوع وسعر الرحلات التي يقدمونها للسوق، كأنشاء الموتيلات – الشقق – القرى السياحية – فنادق المطارات – مناطق للكرافانات... إلخ.

ديناميكية في المفهوم وفي الأنشاء حيث شهدت الصناعة الفندقية تغيرات كبـيرة في أنـواع الفنادق لتلائم مع حركة السفر بالسيارات والسفر الجماعي الكبير بالطائرات وبدأ أنـا نشـهد تزايد عدد الفنادق التي تزيد عدد غرفها عن ألفا غرفة والتـي تشـير في العديـدي مـن الـبلاد العالم.

3- أقامة وتأثيث أنـواع مختلفـة مـن الغـرف مـن حيـث المسـتوى في المبنـى الواحـد، فقـد أصبحت رغم تعدد أنواعها تجمع ما يلي:

- غرفة حديثة مزدوجة.
- مطاعم خدمة سريعة.
- خدمات أضافية للنزلاء.
- أسعار أقتصادية لمخاطبة أقسام متنوعة.

4- التوسع في تطبيق نظم الفرانشايز Franchise للأستفادة من نظم الأدارة وأسـم الشـهرة للمؤسسات الدولية.

ز - أتجاهات بيئية

1- أصدار تشريعات الحفاظ على البيئة خاصة في فكر التنمية المستدامة.

2- تقليل أستنزاف الموارد الطبيعية.

3- الحفاظ على التنوع البيئي والبيولوجي.

4- العمل داخل إطار قدرة تحمل النظام البيئي.

5- الأستخدام التكنولوجي البيئي.

6- تقييم الأثار البيئية للمشاريع.

ح- الطاقة الاستيعابية البيئية

1- حدود المواد الملموسة.

2- قدرة السكان المضيفين على الأحتمال.

3- رضا السائح.

4- المعدل المتزايد للتنمية أو التغيير.

5- مرونة النظام البيئي.

ط- تشريعات خاصة بحماية البيئة من التلوث

1- تلوث الهواء – تلوث مياه الشرب – تلوث البحار والشواطئ – والانهار – التلوث البصري – التلوث السمعي (الضجيج) .

2- المحميات الطبيعة وقوانين الصيد.

ك- اتجاهات أستهلاكية

1- تشريعات للتغذية والمشروبات (الموارد الحافظة – والصبغات)

2- قانون حماية المستهلك.

ل- أتجاهات دعائية

1- تشريعات خاصة بالإعلانات.

2- استخدامات وسائل الأتصال الجمعي.

3- قانون الأصدارات الخاص بالصحف والمجلات الدعائية.

م - أتجاهات بلدية

1- تشريعات التنظيم والتخطيط.

2- تشريعات المؤسسات الخطرة والمضرة بالصحة العامة.

3- قوانيني الأبنية الأثرية والمواقع الطبيعية.

تشريعات المحافظة على الثروات الطبيعية الوطنية لحماية المناطق الخضراء والمواقع السياحية من المضاريات العقارية.

رابعاً: مخزون الموارد

بدون دراسة وافية لما تمتلكه دولة ما من مقومات سياحية وبدون تقييمها في ضوء أنماط السياح المنتظرة في المستقبل، لا يمكن للدول أن تبدأ بالتخطيط للتوسع في تجاربها السياحية في المستقبل، فمن الاهمية الأساسية إعداد تقييم دقيق جداً لكل مقومات الجذب طبيعي، تاريخية، ثقافية التي تمتلكها دولة ما، وتبعاً لهذا الحصر، فمن الضروري أيضاً إصدار تشريع لصيانة وحماية وتطوير مخزون الموارد الطبيعية للدولة.

تقسيمات الموارد

لابد من التخطيط على مستويات مختلفة بالنزول أبتداء من المستوى القومي، ومن ثم فإن تحديد مخزون الموارد المتاحة لابد وأن يكون في المقام الأول على المستوى القومي على أن تكون الموارد موضع الدراسة ذات صلة ما بضاعة السياحة.

ويمكن تقسيم الموارد على المستويات التالية: -

1- الموارد الاقتصادية.

2- الموارد السياحية.

وإن الهدف وراء تحديد المواد المتاحة هو الآتي:

1- تعيين المعوقات والمحددات التي تؤثر على الأهداف السياحية القومية.

2- تحديد نقاط القوة والضعف في القدرة الوطنية على اجتذاب السائحين.

تقييم لمخزون الموارد السياحية الوطنية

أن هناك عدداً من المبادئ التي يجب أن يقوم عليها التقييم، وهي على النحو التالي:

1- أن المقومات الجذب السياحي يجب أن تتطور بشكل متقدم في أرجاء البلاد كلها حتى يمكن أن تنتشر السياحة على أوسع نطاق ما أمكن، وبهذا الأسلوب فإن الفوائد التي تجنى من الصناعة يتسع مجالها أيضاً, وتستفيد منها معظم الأقاليم.

2- المناطق ومقومات الجذب المنتقاة- التطوير خاص- يجب أن تتوافق مع اوسع قطاعات ممكنة من السياح على مدى أطول موسم ممكن, وبالالتزام بهذا المبدأ, سوف تتجنب زيادة الاعتماد على نمط معين من السياح, أو على مجموعة وطنية معينة أو موسم معين في السنة.

3- لما كان من المستحيل تطوير كل مقومات الجذب في آن واحد, فمن المهم ألا يشرع في الاهتمام بمقومات جذب مماثلة, أو منافسةً حتى يمكن أن يقرها حجم الزوار, إذ أن كثير جداً من بدائل مقومات الجذب, أو المقومات المنافسة, قد تكون لها خطورتها على نجاح مقومات أخرى, إذا لم تكن إعداد السياح وقوة أنفاقهم كبيرة بالدرجة التي يمكن ان تبقى عليها, وواضح أن العناية التامة, يجب أن تراعي في إعطاء الأولويات.

خامساً: تحليل عناصر القوة والضعف

- وصف وتقييم المشوقات.
- مكان المواقع المنافسة عددها وحجمها.
- الصعوبات المحتملة.
- درجة أمتياز السلعة أو الخدمة عن غيرها.
- درجة امتياز المنظمة عن غيرها.

المبحث الثاني

الوضع المستهدف وسبل الانتقال أليه

اولا: ما هو الوضع المستهدف؟

للأجابة، على التساؤل الثاني، ضرورة تحديد الخطوط العامة للوضع المستهدف من الخطة القومية للدولة، والخاصة بتنمية قطاعات الدولة الاقتصادية المختلفة، كما يجب أن توضع خطة توعية للسياحة في أطار الخطة القومية العامة للدولة، بصرف النظر عما إذا كانت هذه الدولة ذات اقتصاد مركزي موجه أو اقتصاد حر.

ويمكن ذكر بعض الأهداف الرئيسية للخطة العامة للدولة والتي يمكن تطبيقها على قطاع السياحة على الوجه الآتي:

1- تحقيق أقصى أستفادة ممكنة من البنية الاساسية التي تمت أقامتها خلال الخطط السابقة والتي تم أنفاق المليارات عليها (طرق – جسور – كهرباء) بحيث يستفيد منها مختلف القطاعات "قطاع الاعمال العام والقطاع الخاص مع التركيز على المشروعات الصغيرة التي يمكن ان تستوعب اعداد كبيرة من فرص العمالة وهذا هو أحد اساليب القضاء على البطالة.

2- الاهتمام بقضية البيئة بعناصرها الثلاثة الرئيسية (الارض – المياه – الهواء) .

3- زيادة الاهتمام بالمحليات لتأخذ دورًا حقيقيًا في تحقيق التنمية وإنشاء جهة تضم مسئولي التخطيط والجهاز المركزي للتعبئة العامة والأحصاء في كل محافظة تساهم في تقديم المعلومات والبيانات التي تعاون في عمليات التنمية.

4- التنسيق بين قطاعات الأقتصاد القومي لتعميق التصنيع المحلي بما يضمن أن تكون الأولوية للمنتج المحلي:

5- تحقيق التكامل بين دول المنطقة بما يحقق أحتياجات أسواق هذه الدول.

6- زيادة الأهتمام بالتخطيط في هذه المرحلة حيث أن حجم الادخار العالمي يقل من عام لآخر حسب تقرير البنك الدولي، كما ان للمتغيرات التي حدثت أخيرًا بالنسبة للأتحاد السوفيتي والكتلة الشرقية يد المساعدات لهم سيكون له أثره على حجم التمويل للدول النامية ومنها مصر مما يؤكد أهمية دور التخطيط لتحقيق أقصى استفادة ممكنة من مواردنا المتاحة.

7- عدم التوسع في الاعتماد على القروض الخارجية وفي حال الضرورة القصوى تتم الدراسة على ان تسدد القروض من عائد تلك المشروعات.

8- جذب الاستثمارات الأجنبية.

9- وفي ضوء السياسة العامة لوزارة السياحة في اي بلد لابد أن تكون السياسة اللازمة لتنفيذ الخطة الخمسية لقطاع السياحة (الوزارة وهيأتها) صدى لهذه السياسة العامة وانعكاساتها.

وعلى هذا الاساس تم صياغة هذه السياسة السياحية بالخطط طويلة الامد والموضحة كالتالي:

1- وضع السياحة ضمن اولويات العمل القومي للحفاظ على الموارد وحماية البيئة.

2- ضرورة أن تكون الدراسات البيئية عنصراً من عناصر أي مشروع سياحي.

3- وضع برامج متكاملة لحماية البيئة من التلوث والحفاظ لخدمة السياحة دون أخلال لطبيعة الموقع أو احداث خلل بالتوازن البيئي.

4- معالجة المشاكل السكانية والمساهمة في اعادة توزيع السكان بين الأقاليم عن طريق مد العمران السياحي إلى مناطق جديدة.

5- الربط الكامل بين عناصر المنتج السياحي.

6- تنظيم دور القطاع الخاص وقطاع الاعمال في تسجيل مناطق الأستثمار وخاصة المناطق السياحية الجديدة.

7- المساهمة الفعلية لقطاع السياحة في حل المشاكل الاقتصادية والاجتماعية التي تواجه المجتمع.

وفي ضوء ورقة السياسة العامة وخطط التحرك الصادة من الوزارة فقد تم تحديد المحاور التي يرتكز عليها العمل على النحو التالي:

1- الاخذ بآليات السوق في تحسين الأداء الاقتصادي لقطاع السياحة الامر الذي أستلزم إعادة رسم الدائرة التي يعمل فيها كل من القطاع العام والخاص بما يتفق مع متطلبات التنمية.

- الأخذ في تطبيق سياسة التخصصية كأسلوب لتحقيق توازن للموازنة العامة للدولة وربط عملية الادخار بالانتاج وبالتالي رفع كفاءة الانتاج وزيادة الانتاجية.
- اعادة تنظيم القطاع العام بهدف الفصل بين ملكية الدولة والادارة.
- تنوع المنتج السياحي وتشجيع انماط أخرى من السياحة.
- استثمار الأستقرار السياسي والاجتماعي والامني في تشجيع استثمارات القطاع الخاص.

2- أرساء استراتيجية قومية للتنمية السياحية.

- العمل على حماية الموارد الطبيعية والثقافية في جميع المناطق المستهدف تنميتها سياحياً بهدف تهيئة الاطار الأقتصادي والإداري لتحقيق التنمية المستمرة.
- تحقيق التكامل بين البيئة والثقافة عند تخطيط وتنفيذ مشروعات التنمية السياحية.
- وضع مخططات شاملة للمناطق ذات الأولوية ووضع ضوابط واضحة للمستثمرين.

3- اعادة هيكله وتنظم الهيئات التابعة للوزارة المعنية بالقطاع السياحي.

4- تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار السياحي فضلاً عن تنويع المنتج السياحي الوطني حفاظاً على مركز البلد التنافسي مع البلدان السياحية الاخرى وبالتالي تعظيم جانب العرض ليتوازن مع جانب الطلب.

5- رفع كفاءة القطاع السياحي وذلك بالاهتمام بتنمية القرى السياحية.

6- تحديث وتطوير نظم أدارة المعلومات وتطبيق التكنولوجيا الحديثة للحصول على المعلومات وتحليلها.

7- تنفيذ خطة تسويقية إعلامية واعلانية شاملة تستهدف كافة الأسواق المصدرة للسياحة للبلد المعني بغرض احداث التحرك المكثف وذلك باتباع احدث اساليب التسويق والترويج مع التركيز على المستهلك محلياً وخارجيا فضلاً عن منظمي الرحلات ووكلاء السفر، بهدف التأثير في جميع اولئك الذين يلعبون دوراً هاماً في التسويق السياحي، وذلك بحشد الموارد والكفاءات الخاصة والمناسبة لهذا العمل لتعظيم الطلب السياحي.

8- التركيز على التوعية والتثقيف الجماهيري.

ولتحقيق الجودة السياحية فإن على وزارة السياحة اتخاذ الخطوات العملية التي يكون هدفها على النحو التالي:

- للأرتقاء بمستوى جودة الخدمات السياحية.
- رفع كفاءة ووعي العنصر البشري القائم عليها.
- والمتمثل في الآتي:
- الأرتقاء بمستوى جودة كافة الخدمات السياحية بما يتمشى مع المستويات العالمية.

- حصر المدارس والمعاهد والكليات المعنية بالسياحة واعداد دراسة شاملة عن المناهج السياحية وأنظمة التدريب المطلوبة.
- تنظيم دورات تدريبية متخصصة للعناصر البشرية المستهدفة من العاملين في السياحة.
- وضع خطة شاملة بهدف أشاعة الوعي السياحي العام في المجتمع باعتبار ذلك شرطاً لابد منه لأية نهضة سياحية حقيقة.
- تزويد جميع المكاتب الخارجية التابعة لقطاع السياحة ومكاتب التمثيل الدبلوماسي والتجاري في الخارج بالمطبوعات لعمل الدعاية اللازمة لسياحة البلد.
- ولذا كان من اللازم اتخاذ الاجراءات التالية:
- وضع اولويات تنفيذ المشروعات طبقاً لاهميتها ومدى مشاركتها في زيادة الدخل السياحي مع اعتماد الميزانيات اللازمة لتنفيذ تلك المشروعات.
- العمل على تحقيق التنمية الشاملة المتواصلة في المناطق السياحية المتعددة وتزويد هذه المناطق بكافة المرافق اللازمة لتأديه وظيفتها السياحية على اكمل وجه.
- المشاركة في المؤتمرات والبورصات والمعارض السياحية الدولية وتنظيم القوافل السياحية للتنشيط السياحي.
- تزويد جميع المكاتب الخارجية التابعة لقطاع السياحة ومكاتب التمثيل الدبلوماسي والتجاري في الخارج بالمطبوعات لعمل الدعاية اللازمة للسياحة في مصر.
- الأشتراك في شبكات المعلومات الدولية التي ستصبح الأساس التسويقي للسياحة.

- توفير الكوادر المؤهلة من الخبرة.
- توفير الدورات الدراسية للحفاظ على مستواها والرقي بها.

ثانيا: كيف يمكن الانتقال من الوضع الحالي إلي الوضع المستهدف؟

للإجابة على هذا السؤال أيًا كان مستوى التخطيط، فإن المخطط عليه يبين أثناء وضع الخطة النقاط التالية:

1- الاهداف.

2- وسائل تحقيق الاهداف.

3- تحليل التكلفة / العائد لكل عمل مخطط.

4- تحديد المسئوليات.

5- مراحل الخطة.

6- الوقت المتاح لكل عناصر الخطة.

7- الميزانية – مقدارها – كيفية توفيرها.

8- التقييم والمتابعة.

9- وضع مقارنة بعد التنفيذ بين المستهدف في الخطة وما تم بالفعل وقياس هذه الفروق وشرح أسباب هذا الإختلاف.

10- التقرير النهائي: إستخدام النتائج المستخلصة في وضع تقرير موقف ما يستخدم في المرحلة التالية من التخطيط يوضح فيها كل مواطن القوة للاعتماد عليها في المرحله القادمة ودعمها.. أما مواطن الضعف لتشخيص الاسباب وتلافيها في المرحلة التاليه للتخطيط.

الفصل الخامس

التنمية السياحية

ويشتمل هذا الفصل على المباحث التالية:

- ✍ **المبحث الأول: التطور التاريخي لمفهوم التنمية**
- ✍ **المبحث الثاني: التنمية السياحية " المفهوم والاهمية والاهداف**
- ✍ **المبحث الثالث: معوقات ومراحل التنمية السياحية**

الفصل الخامس

التنمية السياحية

المبحث الأول

التطور التاريخي لمفهوم التنمية

أولاَ: التطور التاريخي لمفهوم التنمية

التطور التاريخي:

أن التنمية مرت بمراحل عديدة ولكل فترة همومها وأفكارها ومزاياها , فأن مفهوم التنمية تبلور طبقاً لتلك الأفكار والاحتياجات كما في ما يأتي:

المرحلة الأولى: في بداية الستينيات من القرن الماضي

ظهرت أهمية مصطلح التنمية بعد الحرب العالمية الثانية عندما استقلت معظم الدول النامية سياسياً واقتصادياً ولهذا سميت بالتنمية الاقتصادية.

المرحلة الثانية: في نهاية الستينيات وبداية السبعينيات

ظهر مفهوم التنمية المستقلة وهي تشير إلى أهمية الاعتماد على الذات وتطور القدرات وتعبئة الموارد وتصنيع المعدات الإنتاجية وبناء القاعدة العلمية والتقنية وتكوين المهارات وتأهيل الكوادر البشرية.

المرحلة الثالثة: في بداية عقد الثمانينيات

برزت التنمية المستدامة على أنها أنموذج تنموي بديل يأخذ في اعتباراته قدرات النظام البيئي وإمكانياته في تقرير الاتحاد العالمي للمحافظة على الموارد الطبيعية الذي

صدر عام 1981 والمسمى" "الاستراتيجيات الدولية للمحافظة على البيئة", ثم وجد مفهوم التنمية المستدامة أكبر سند له في كتاب مستقبلنا المشترك عام 1987م والصادر من اللجنة العالمية للتنمية والبيئة الذي ركز على التوازن ما بين البعد الاقتصادي والبعد البيئي.

المرحلة الرابعة: في بداية تسعينيات

ظهر مفهوم التنمية البشرية الذي تبناه البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة وذلك على اثر صدور التقرير الأول للتنمية البشرية عام 1990م والذي نص على إن التنمية البشرية هي "عملية توسيع الخيارات المتاحة للناس وتتمثل هذه الخيارات في العيش لحياة طويلة وصحية والحصول على المعارف والموارد الضرورية لتوفير مستوى المعيشة المناسب", وأصدر تقرير آخر وهو "تنمية الناس من أجل الناس وبواسطة الناس" ويقصد بتنمية الناس الاستثمار في القدرات البشرية ليتمكنوا من الحصول على فرص العمل المناسب لهم. أما التنمية من أجل الناس فتعني توزيع ثمار النمو الاقتصادي ونتائجه على كل الناس توزيعاً عادلاً ,ومفهوم بواسطة الناس يعني إعطاء كل الأفراد الفرصة للمشاركة في تحقيق الأهداف التنموية وبلوغها, وجاء تقرير الموارد العالمية الذي نشر عام 1992 ليذكر أن التنمية لكي تكون مستديمة يجب أن لا تتجاهل الضوابط والمحددات البيئية , ولا تؤدي إلى دمار الموارد الطبيعية واستنزافها , وتطور الموارد البشرية , وتحدث تحولات في القاعدة الصناعية والتكنولوجية السائدة.

المرحلة الخامسة: في نهاية عقد التسعينيات وبداية الألفية الثالثة

نتيجة التطورات الكبيرة التي حدثت في مجال البيئة , فإن الحاجة دعت إلى إيجاد استراتيجية يمكن من خلالها المحافظة على البيئة والإنسان واستدامة الموارد للأجيال كافة. , وأعدت أهداف الألفية للتنمية المستدامة SDGS لعام 2030 التي تضمنت

(18) هدف والتي تهدف الى ان لا يتخلف احد عن ركب التنمية وحقوق الإنسان، والعدالة، والمساواة اضافة الى ترابط التنمية والسلم والعدالة والمسؤولية المشتركة والحق في التنمية مع احترام القانون الدولي وحق الشعوب تحت الاحتلال والسياسات التضمينية والاستدامة والترابط والتكامل، بالتلازم مع التكييف الوطني والحوكمة الرشيدة على كل المستويات.

ولابد أن نفرق هنا بين النمو والتنمية كونهما مفهومان يقتربان من بعضهما البعض: فالنمو "يتضمن بالأساس نمو الناتج القومي من دون حصول تغيرات مهمة وملموسة في التغيرات البنيوية (الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية)", أما التنمية " فإنها فضلاً عن نمو الناتج القومي لكنها تشهد التغيرات البنيوية ايجابية مهمة وواسعة في المجالات المذكورة آنفا"

ثانياً: مفهوم التنمية

يعد مفهوم التنمية في عصرنا الراهن أكثر استعمالًا لما له من دلالات تنم عن إدارة واعية تؤمن بأن استعمال الأساليب العلمية الصحيحة هي السبيل الأوحد والأمثل لأي تقدم منشود, وتُعد التنمية من أهم المشكلات التي وقفت عندها فروع كثيرة من المعرفة مثل علم الاقتصاد, وعلم الاجتماع, والجغرافية, والتخطيط, وغيرها من العلوم, وكلمة (تنمية) هي واحدة من ضمن العديد من المصطلحات التي تطبق عمليات التغيير أو فقدان التغيير التي جاءت لتميز الظروف الاقتصادية والسياسية لمختلف البلدان، وعليه فإن مفهوم التنمية يمكن استعراضه ببعض ما ورد على لسان الباحثين فيما يأتي:

في الاتجاه الاقتصادي فقد عرفت التنمية أنها " العملية التي تتم في نطاق عرض العناصر الإنتاجية الأساسية وفي نطاق تكوين الطلب على المنتوجات، بغية تحقيق زيادة

الدخل القومي الحقيقي كحجم ومعدل أثناء مدة زمنية محددة "

ومن جانب الشمولية فقد عرّفها بأنها: "عملية متعددة الأبعاد تشمل النمو الاقتصادي فضلا عن تغيرات ضرورية في البنى الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والاتجاهات للأفراد والمؤسسات الوطنية ومحاولة القضاء على الفقر وتقليل البطالة وإعادة توزيع الدخل بطريقة أكثر عدالة"

وفي الجانب الاجتماعي فتُعرّف التنمية بأنها: "عملية تحقيق التوافق الاجتماعي لدى أفراد المجتمع بما يعنيه هذا التوافق من إشباع بيولوجي ونفسي واجتماعي"

وعرّفها قاموس (البيئة والطبيعة) : "هي النمو والتغير لدراسة الطقس وتطوره أو شيء جديد يصنع لتحسين شيء أقدم، مثلا وسائل ملاحة الأقمار الصناعية هو تطور مفيد أو التخطيط والبناء على مساحة من الأرض" ونجد في التعريف انه يركز على الاهتمام في كل شيء يتم الاستفادة منه في شيء أقدم واستغلاله.

المبحث الثاني

التنمية السياحية

المفهوم والأهمية والأهداف

أولاَ: مفهوم التنمية السياحية

عرفت على أنها "عملية التغيير المقصود الذي يستهدف زيادة الوعي السياحي وجذب أكبر عدد ممكن من السياح بشكل متطور ومستمر من خلال الاستثمار الامثل للموارد السياحية"

وجاء تعريف آخر بين أنها "تنمية مكونات المنتج السياحي وبوجه خاص في إطاره الحضاري والطبيعي , وبمعنى آخر تنمية الموارد السياحية الطبيعية والحضارية ضمن مجموعة من الموارد السياحية المتاحة في الدولة"

في حين عرفت على أنها "وسيلة لبلوغ غاية تكون مع غيرها من أوجه التنمية الاقتصادية , والاجتماعية داخل الدولة سبيلاً آمناً , ومدروساً لتحقيق الاستقرار الاجتماعي , والرخاء الاقتصادي المؤديين بدرجة كبيرة إلى الاستقرار السياسي"

وعرفت كذلك على أنها "نمو وازدهار النشاط السياحي في أي دولة من دول العالم وهذا النمو تحدد ملامحه خطوط عريضة يمكن التعبير عنها كما يقول المخططين ورجال الاقتصاد والإدارة بالأهداف العامة"

"عملية التطلع إلى الرضا الاقصى للسائح، ودعم المنافع الاقتصادية والاجتماعية القصوى والمحلية وتوفيرها وتضمن رضاءهم مع حماية موجودات المنطقة العمرانية والثقافية والاقتصادية والاجتماعية"

وعرفت أيضاً "هي الاستغلال الأمثل للموارد السياحية الأثرية والدينية والطبيعية

لغرض تحقيق الاستدامة والتوازن لهذه الموارد , وتكون الخطط الوسيلة الأكثر فاعلية في تحقيق اهداف التنمية السياحية المستدامة, من أجل تحقيق الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والثقافية لذلك البلد"

ثانياً: أهمية التنمية السياحية

توجد العديد من المسوغات التي من خلالها تبرز أهمية التنمية السياحية المستدامة وحتمية الاهتمام بها بشكل مكثف ويأتي في مقدمتها ما يأتي:

1- إن التنمية السياحية حيثما تتوفر مقوماتها يمكن عدّها بترول من لا بترول له وعماد اقتصادي كبير لمن لا زراعه ولا صناعة كافية عنده.

2- إن التنمية السياحية أداة مناسبة لتحويل المجتمعات النامية والبسيطة من مجتمعات زراعية تقليدية إلى مجتمعات متحضرة وراقية.

3- تعمل التنمية السياحية على تصحيح الخلل في هيكل الصادرات في البلدان الساعية إلى التقدم بتنويع الصادرات من خلال تقديمها منتجات سياحية تصديرية جديدة تهيمن بمفردها على أسعاره داخلها.

4- إن التنمية السياحية ممثلة في زيادة الإيرادات السياحية تمثل مصدرًا حيويًا من مصادر الدخل القومي والعملات الصعبة , فتسهم بذلك في سد العجز في ميزان المدفوعات.

5- تساعد على تنمية عدد ضخم من الخدمات المتكاملة والمركبة كثيفة العمالة بمختلف مستوياتها.

6- تؤدي من خلال تنمية المناطق السياحية إلى تنمية وتطوير المناطق العمرانية الجديدة الأقل حظًا في التنمية مما يحقق قدرًا من التوازن الإقليمي في التنمية وبالتالي يترتب

عليه إعادة توزيع الدخول بين المدن السياحية الجديدة , يعني تدعم التنمية المكانية وتقضي على الثنائية المكانية.

7- تعمل على دفع عجلة التنمية الاجتماعية وتساعد على تطوير الأماكن الريفية الصحراوية.

8- تساعد على إعادة توزيع السكان داخل الدولة عن طريق تنمية مناطق ومدن سياحية جديدة.

9- تدعم البنية التحتية الأساسية وتحسن مستواها ولاسيما في مجال النقل والإيواء وشبكات المياه والصرف الصحي, وتشجع الدولة على تنمية الزراعة والصناعة لحاجتها الملحة إليها.

ثالثاً: أهداف التنمية السياحية

تبدأ التنمية السياحية من محور ذا أهمية كبرى وهو تقدير الإنسان لدور السياحة المهم من خلال الفوائد التي تجنيها على المستويات كافة سواء كانت الاجتماعية أم الثقافية أم الاقتصادية لهذا يعد الإنسان محور عملية التنمية السياحية بل المؤثر الأول في أدواتها ولهذا فإن الدولة مطالبة بالسعي لتوفير كل ما يحتاج إليه من أجل بقاء القدرات البدنية والعقلية والنفسية لهذا الانسان على أكمل وجه, على أساس إن أن هدف تنمية الصناعة السياحية هو تحقيق زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية.

وإن التنمية السياحية تعد أحد الأهداف لتحقيق التنمية الاقتصادية في الدولة من خلال التنسيق والتوافق والتجانس بين مختلف القطاعات الخدمية والانتاجية للإنجاز المتقدم في أسلوب الحياة والرخاء للمواطنين من خلال إحراز الأهداف المرحلية في كل قطاع إنتاجي أو خدمي ومن بين هذه القطاعات هو القطاع السياحي, وبهذا فإن تحدد

أهداف التنمية السياحية يتم في المراحل الأولى من مراحل التنمية السياحية وعادة ما تنحصر في مجموعة من الأهداف ويمكن تقسيمها مثلما يأتي:

1- أهداف اقتصادية:

وتشمل العديد من الاهداف ومن ضمنها:

1- تحسين وضع ميزان المدفوعات , فالسياحة مصدر للعملات وتحقيق التنمية الإقليمية.

2- إيجاد فرص عمل جديدة في القطاعات المساندة للقطاع السياحي , لكون هنالك نسبة كبيرة من العمال والافراد يتركون وظائفهم مؤقتاً بسبب مدة رواج وازدهار الموسم السياحي والعودة إلى وظائفهم الأصلية مرة أخرى عقب انتهاء الموسم السياحي.

3- توفير خدمات البنية التحتية ,لكونها مهمة للتنمية السياحية.

4- زيادة مستويات الدخل المتأتية من الواردات السياحية.

5- زيادة إيرادات الدولة من الضرائب ,وذلك عندما تكون هناك مداخيل إضافية ترد إلى خزينة الدولة من الضرائب على الواردات.

2- أهداف بيئية:

وذلك من خلال وضع إجراءات حماية مشددة والمحافظة على البيئة ومنع تدهورها, ومن جهة اخرى فإن بيئة التنمية السياحية تقوم على ركائز ثلاث وهي:

1- البيئة الطبيعية: المياه والمناخ والجبال.

2- البيئة المصنوعة: خدمات البنى التحتية.

3- التفاعل مع البيئة الحضارية: النفسية الاجتماعية والموارد البشرية المختلفة.

3- أهداف اجتماعية:

تهدف التنمية السياحية من الناحية الاجتماعية توفير تسهيلات ترفيهية واستجمام للسياح وللسكان المحليين , وتعمل على تطوير الأماكن والخدمات العامة بدول المقصد السياحي , وتساعد على حماية وإشباع الرغبات الاجتماعية , ولا ننسى تلعب التنمية السياحية دوراً مهماً في تنمية شعور الانتماء للوطن عند المواطن وتزيد فرص التبادل الثقافي والحضاري بين كلّ من المجتمع المضيف والسائح , فضلاً عن رفع مستوى التنمية السياحية , إلى جانب إنها تؤدي إلى تعميق الانتماء وتنمية الوعي السياحي باعتباره أحد فروع الوعي الاجتماعي.

4 - الأهداف السياسية والثقافية:

ومنها نشر الثقافات وزيادة التواصل بين الشعوب, وتطوير العلاقات السياسية بين الحكومات في الدول السياحية.

وقد تبين لا توجد معايير موحدة بأهداف التنمية السياحية, إذ تختلف من دولة إلى أخرى وحتى من منطقة لأخرى داخل حدود الدولة الواحدة ولكن يمكن القول إن معظم الدول النامية تسعى إلى تحقيق التنمية السياحية من أجل الاستفادة وتحقيق العوائد الاقتصادية من السياحة وزيادة مساهمتها في الاقتصاد القومي.

المبحث الثالث

معوقات ومراحل التنمية السياحية

أولاَ: معوقات التنمية السياحية

تواجه التنمية السياحية تأخرًا في أداء دورها وتقليصها له ولاسيما في مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية وذلك بسبب معوقات عديدة ومن أهم هذه المعوقات:

1- المعوقات الخاصة بالتخطيط السياحي: تتجسد في غياب النظام الجيد للمعلومات والإحصاء السياحي الخاصة بمناطق الجذب السياحي أو التي لها دور بنشاط معين وهي تعد أحد الأعمدة التخطيطية السياحية.

2- سوء توجيه الاستثمارات في قطاع السياحة: يلاحظ في بعض الدول السياحية التي تمتلك مقومات سياحية عديدة هنالك بعض شركات الاستثمار السياحية الوطنية والأجنبية يصب تركيزها فقط على استثمارات ضيقة قد لا يحتاجها السائح ولا يرغب فيها مثل النوادي الليلية ومحلات الترفيه تاركين الاستثمارات المهمة في قطاع السياحة والاساسية مثل الفنادق والموتيلات والمطارات وغيرها.

3- عدم فاعلية التسويق السياحي: يلعب التسويق السياحي الناجح دور كبير في اثارة الرغبة لدى المستهلك ويولد القناعة لديه بأن المنتج السياحي الذي يروج عنه أو المعلن هو الأفضل في سوق السياحة ويلبي رغباته, وإن عدم الاهتمام فيه يؤثر على التنمية السياحية ويكون أحد أبرز المعيقات.

4- التضخم: إن الارتفاع المستمر في أسعار السلع والخدمات السياحية وغير السياحية هو أحد العوامل التي تؤثر على طبيعة الطلب السياحي في بلدٍ ما.

5- انخفاض مستوى الخدمات المساعدة للسياحة: يلاحظ خلال المدة الحالية تطورًا

في المواصلات ووسائل الاتصال وتحسنًا في خدماتها سواء على المستوى الداخلي أم الخارجي وفي كل الدول, ولكن الدول السياحية في العالم الثالث مازالت تعاني ضعفًا في هذه الخدمات المتجسدة في (الصرف الصحي, والمياه, والكهرباء , والطرق ,...الخ) التي ترتبط بالمواقع والاماكن السياحية الكثيرة والمتنوعة.

6- الاستقرار السياسي والأمن الاجتماعي: يعترف خبراء السياحة والاقتصاد بصورة كبيرة بضرورة أن تتمتع الدولة السياحية التي تمتلك مقومات سياحية عديدة بالاستقرار الأمني والسياسي , ولكن مع الأسف ما نلحظه أن العديد من الدول العالم الثالث ما زالت تعاني من قلة الاستقرار في الجانب الأمني والسياحي بسبب ضعف قوانينها وتدهور اقتصادها وانتشار البطالة وتفشي الفساد والجريمة.

7- مشاكل ومعيقات مختلفة أخرى مثل: عدم الاهتمام بنظافة الأماكن السياحية خصوصًا الأثرية والدينية منها, وعدم وجود جهاز شرطة مختص في السياحة في بعض المناطق السياحية ولاسيما الأثرية والتاريخية, وتخلف الخدمات المصرفية في البنوك وتحديدًا في الفنادق , وسوء المعاملة بمكاتب شركات السياحة والطيران في الداخل والخارج , واستغلال سائقي سيارات الأجرة لمجاميع السياح من الأجانب بصفة عامة مما يسئ إلى سمعة البلدان السياحية, وغيرها من الاسباب.

ثانياً: مراحل التنمية السياحية

فيما يخص مراحل التنمية السياحية قد حدد بتلر (Butler) عام 1980 ست مراحل تسير فيها عملية التنمية السياحية وهي كالآتي:

1- الاكتشاف (Exploration) : يتم من خلالها اكتشاف القدرات السياحية للمنظمة السياحية.

2- المشاركة (Involvement) : تتمثل في إقبال السائحين على زيارة هـذه المنطقـة للتعـرف عليها.

3- التطور (Development) : تبدأ في هذه المرحلة تنمية الموارد السياحية للمنطقة بشكل تدريجي حيث يظهر دور الدولـة في التخطـيط والتوسـع السـياحي ودور المسـتثمرين في الاستثمار في المنطقة السياحية.

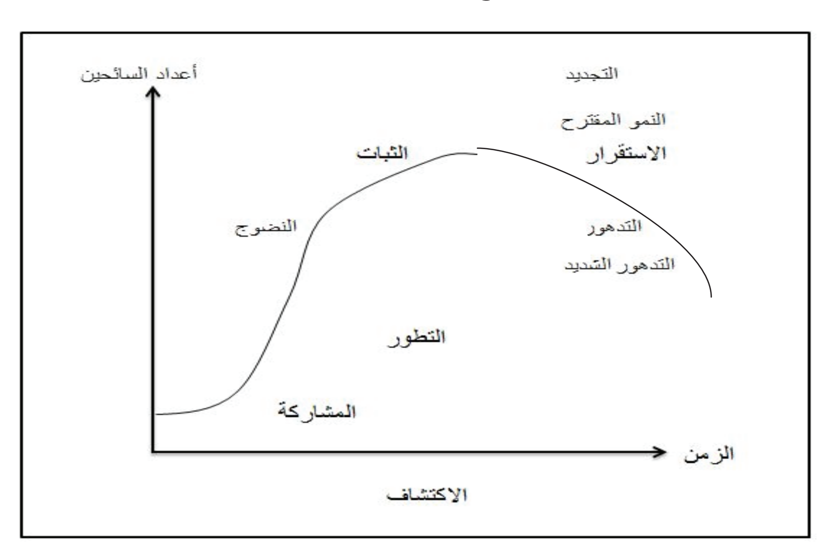
4- النضـوج (maturation) : تظهـر المنطقـة عـلى الخريطـة السـياحية ويتكامـل النشـاط السياحي من خلال توفر عناصر الجذب السياحي والتسهيلات.

5- الثبات والركود (Stagnation or decline) : في هذه المرحلـة لا تشـهد المنطقـة أعـداداً متزايدة من البائعين حيث يتوقف التدفق والنمو السياحي إليها عند حـد معـين لا يزيـد عنه.

6- التجديد والتدهور (Innovation) : نتيجـة لتوجـه البـائعين إلى منـاطق سـياحية أخـرى منافسـة تتـوافر فيهـا المقومـات السـياحية كافـة التـي تـوفر رغبـات السـائحين وتشـبع دوافعهم السياحية, وقـد يظهـر إتجـاه آخـر نحـو تنميـة سـياحية جديـدة يعتمـد عـلى مقومات سياحية جديدة ومبتكرة تشبع كل احتياجاتهم ورغباتهم.

والشكل الآتي يوضح هذه المراحل:

شكل (5-1) نموذج بتلر لمراحل التنمية السياحية



من خلال الشكل المذكور آنفاً نجد أن المرحلة الاولى تبدأ باكتشاف مجموعة من السائحين للمنطقة السياحية الجديدة , ومع تزايد الاعداد تبدأ مرحلة المشاركة وتظهر مجموعة من الخدمات والتسهيلات ثم مرحلة الانطلاق حيث يتم توفير الخدمات السياحية والتسهيلات بشكل مكثف للسائحين من أجل خدمة اعدادهم المتزايدة وتسمى هذه المرحلة مرحلة النمو , وتعد من أخطر المراحل من حيث تأثير السياحة في المنطقة وبالخصوص التأثير البيئي وإذا استمر النمو مع تحقيق مبدأ التوازن تصل المنطقة إلى مرحلة النضوج , وتأتي بعدها مرحلة الثبات التي لا تشهد فيها المنطقة أعداداً متزايدة من السائحين حيث يتوقف النمو والتدفق السياحي إليها عند حد معين لا يزيد عنه, ومن جهة أخرى هنالك احتمال في هذا النموذج لما أسماه الانحدار, وتدخل المنطقة في التدهور أو الانحدار نتيجة لتوجه السائحين إلى مناطق سياحية منافسة تتوافر

فيها المقومات السياحية التي تحقق رغباتهم ودوافعهم وتشبعها.

وقد يظهر في هذه المرحلة إتجاه آخر يقوم على التجديد بمعنى أن تقوم في المنطقة تنمية سياحية جديدة تعتمد على مقومات سياحية جديدة , تحقق الرغبات المتجددة للسائحين , ولعل توفر سياسة تسويقية ناجحة يمنع المنطقة من الوصول إلى مرحلة الانحدار, لهذا من الضروري التعرف إلى السوق واحتياجاته وهو بدوره يؤدي إلى إعادة اكتشاف وتجديد النشاط بالمنطقة السياحية ,وهذا يعني أنه يجب أن تكون هنالك إدارة سليمة وجيدة حتى لاتصل مراحل التنمية كافة إلى مرحلة الانحدار.

الفصل السادس

مدخل التنمية المحلية

ويشتمل هذا الفصل على المباحث التالية:

- ✍ **المبحث الأول: المفهوم والأهمية والأهداف**
- ✍ **المبحث الثاني: أبعاد ومبادئ التنمية المحلية**
- ✍ **المبحث الثالث: أهم التحديات والخصائص والنماذج التنمية المحلية**

الفصل السادس

مدخل التنمية المحلية

المبحث الاول

المفهوم والاهمية والاهداف

أولاَ: مفهوم التنمية المحلية

تعرف الأمم المتحدة التنمية المحلية بانها "العمليات التي يمكن بها توحيد جهود السكان والحكومة لتحسين الأحوال الاقتصادية الاجتماعية والثقافية في المجتمعات المحلية ولمساعدتها في الاندماج في حياة الجماعية والمساهمة في تقدمها بأقصى قدر ممكن.

يعرفها رشاد أحمد اللطيف بأنها "عملية شاملة ومستمرة ومتواصلة تهدف إلى إحداث تغيرات في أفكار الناس واتجاهاتهم وسلوكياتهم بما يؤدي إلى تطوير المجتمع وتوفير احتياجات السكان وتحسين المرافق والخدمات كما وكيفاً للارتقاء بمستوى المعيشة اجتماعياً والعمل على توفير المؤسسات التي يجد فيها الناس ما يقضي مصالحهم ويحقق طموحاتهم"

يعرفها موراي روس أنهاً "عملية يتمكن بها المجتمع من تحديد حاجاته وأهدافه وترتيب هذه الحاجات والأهداف بحسب الأولويات ثم إذكاء الثقة والرغبة في العمل لمقابلة تلك الحاجات والأهداف، والوقوف على الموارد الداخلية والخارجية التي تتصل بهذه الحاجات والأهداف ثم القيام بعمل إزائها، وعن هذا الطريق تنمو وتمتد روح التعاون والتضامن في المجتمع" .

وعرفها عبد المنعم شوقي بأنها "العمليات التي تبذل بقصد وفق خطة عامة لإحداث تطور وتنظيم اجتماعي واقتصادي للناس وبيئاتهم سواء كانوا في مجتمعات محلية أو إقليمية أو قومية، بالاعتماد على المجهودات الحكومية والأهلية المنسقة، على أن تكسب كل منها قدرة أكبر على مواجهة مشكلات المجتمع نتيجة لهذه العمليات.

في حين عرف (أيروين ساندرز) التنمية المحلية بأنها " عملية تستهدف تغيرا نفسانياً واجتماعياً يتمثل بانتقال نسق العلاقات أو القيم والموارد من حالة إلى حالة أرقى كمنهج يركز على طريقة الإنجاز لإجراء العملية المستهدفة كبرنامج يساوي مجموعة من الأنشطة تستهدف لذاتها كإنجازات ولا يستهدف التغيير النفساني الاجتماعي هنا لذاته، وكحركة تركز على الالتزام الوجداني للناس بالعملية وعلى الايمان بقيم التقدم".

ولقد تمكن (أيروين ساندرز) في التعريف الوارد أعلاه من التوصل إلى فهم التنمية المحلية بصفتها عملية " تكيف مقصود مع الظروف المتغيرة" ولا سيما في البلدان النامية.

وتعرف التنمية المحلية في أبسط صيغة لها على أنها "العملية التي يمكن بواسطتها تحقيق التعاون الفعال بين الجهود الحكومية للارتفاع بمستويات التجمعات المحلية والوحدات المحلية اقتصادياً، ثقافياً وحضارياً من منظور تحسين نوعية الحياة لسكان تلك التجمعات المحلية في أي مستوى من مستويات الإدارة المحلية في منظومة شاملة ومتكاملة" .

وعرفت التنمية المحلية أيضاً أنها مفهوم حديث لأسلوب العمل الجماعي والاقتصادي في مناطق محددة يقوم على أسس وقواعد مستمدة من مناهج العلوم الاجتماعية والاقتصادية إذ أن هذا الأسلوب يقوم على إحداث تغيير حضاري في طريقة التفكير

والعمل والحياة عن طريق إثارة وعي البيئة المحيطة، حيث يشترط ان يكون ذلك الوعي قائماً على أساس عاملين هما المشاركة الشعبية من قبل المواطنين وتقديم الخدمات الفنية وغيرها لأحداث التغيرات المطلوبة "

بينما عرف سوسن عثمان على أنها "عملية مقصودة وموجهة ومتكاملة تركز على المشاركة واسعة النطاق وهذه العملية ذات أبعاد متعددة ومداخل متنوعة وتتطلب تظافر جهود كافة الخبراء بتخصصاتهم المختلفة، وعملهم كفريق واحد كما يدرك القائمون بها ضرورة تدعيم العلاقة التعاونية بين الأجهزة الحكومية والأهلية تحقيقاً لزيادة فرص إنجاز الأهداف المطلوبة"

ثانياً: أهداف التنمية المحلية

1- توفير الخدمات العامة الأساسية في مختلف المدن والقرى والمناطق التي يشملها إقليم الدولة ويتضمن ذلك كافة أنواع الخدمات الصحية والتعليمية والثقافية والاجتماعية والزراعية والاتصالات والمياه والكهرباء والطرق وغيرها.

2- تقليل التفاوت بين الافراد والتوازن والعدالة في توزيع الأعباء والمكاسب التنموية بين مختلف المناطق في الدولة حيث أن الترابط بين التنمية المحلية والإقليمية والقومية يحقق درجة عالية من التوازن والعدالة في تحمل أعباء التنمية ومسؤولياتها الإيجابية على مختلف الأطراف المحلية والقومية.

3- استثمار الإمكانات البشرية والمادية بما في ذلك الموارد المالية والمائية والسياحية والطاقات البشرية وغيرها من الإمكانات التي يمكن تفعيلها في المجالات التنموية الشاملة.

4- تحقيق الذات والشعور بالانتماء للإنسانية ويأتي من خلال اكتساب المواطنين

الاتجاه إلى المبادأة لحل المشكلات المجتمعية من خلال نبذ أسلوب التعايش مع هذه المشكلات.

5- بناء الأساس المادي من أجل التنمية من أجل الانطلاق نحو تجسيد مختلف المشاريع وتوسيعها لتشمل مختلف المجالات خاصة الاجتماعية الاقتصادية.

6- تحديث بنية التنمية بإدخال التكنولوجيا الحديثة من أجل مواكبة التطورات في المشاريع الاستثمارية في مختلف الميادين الإنتاجية والخدمية.

7- الرفع من مستوى المعيشة يتم هذا عن طريق تنويع الأنشطة الاقتصادية والتجارية والاجتماعية، بذلك بتنشيط وتنويع موارد وطاقات المجال الجغرافي، مما يحدث تغير نوعي في حياة المنطقة يمكن رؤيته من خلال مستوى المعيشة، وتطور البيئة الحياتية اليومية وتحسن مستوى الخدمات بفك العزلة عن المناطق النائبة ويساهم في دمجها في الاقتصاد الوطني.

8- التصدي للآفات الاجتماعية مثل (الجريمة، العنف، السرقة، والمخدرات...الخ) والعمل على نشر النصائح من خلال برامج التوعية والحملات المنظمة وتنظيم الندوات والمحاضرات التي تغرس القيم النبيلة والتضامن.

ثالثاً: أهمية التنمية المحلية:

إن التنمية المحلية عملية فرعية تتم من خلال تفاعل حركي ديناميكي مثمر ومتجدد، وهو الأمر الذي يجعل لها أهمية وأهداف مستقبلية وهو ما سنتطرق له فيما يلي:

1- يشعر الأفراد في ظل التنمية المحلية شعوراً حقيقياً بوجود الدولة حيث أن الرعاية تساهم في تحقيق أهداف المجتمع أو الدولة وهي تؤكد للأفراد الشعور بالوجدان

الجماعـي لأن الدولـة تكتسـب كيانهـا الحقيـق إذا أرتـبط مواطنوهـا بـوعي جماعـي وحساسية جماعية واكتسبوا قسطاً من التحرر، بحيث لم تعد وظيفة الدولة تقـتصر عـلى ضمان الأمن والحماية فقط بل تمتد لتحقيق الرفاهيـة والسـمو بأفكـارهم ومعتقـداتهم، والسمو بالمبادئ والقيم الإنسانية.

2- تظهر كذلك أهمية التنمية المحلية في تحقيق وتأمين المجتمـع وضـمان اسـتقراره وعـدم جنوحه إلى الانحراف أو الاتجاه نحو المبادئ الهدامة التي من شأنها أن تشيع الفرقة بـين أفراده وتحقق بذلك وحدة المجتمع المادية والمعنوية.

3- إن سـلامة الدولـة واسـتقرارها لا يقومـان عـلى قـوة مفروضـة عـلى الأنظمـة والقـوانين الداخلية أو على اتفاقات ومعاهدات دولية، وإنما يقومان عـلى قـوة الـروابط والعلاقـات التي تربط بين الأفراد وتوحد بـين أفكـارهم ومشـاعرهم وتعمـل عـلى تكامـل وظـائفهم واتحاد مواقفهم، وهو ما تسعى التنمية المحلية لتحقيقه في المقام الأول.

4- تعتبر التنمية المحلية عاملاً من عوامل تحقيـق الارتقـاء بالإنسـانية ومعاييرهـا وتقريـب وجهات النظر بين أفراد الدولة الواحدة.

المبحث الثاني

أبعاد ومبادئ التنمية المحلية

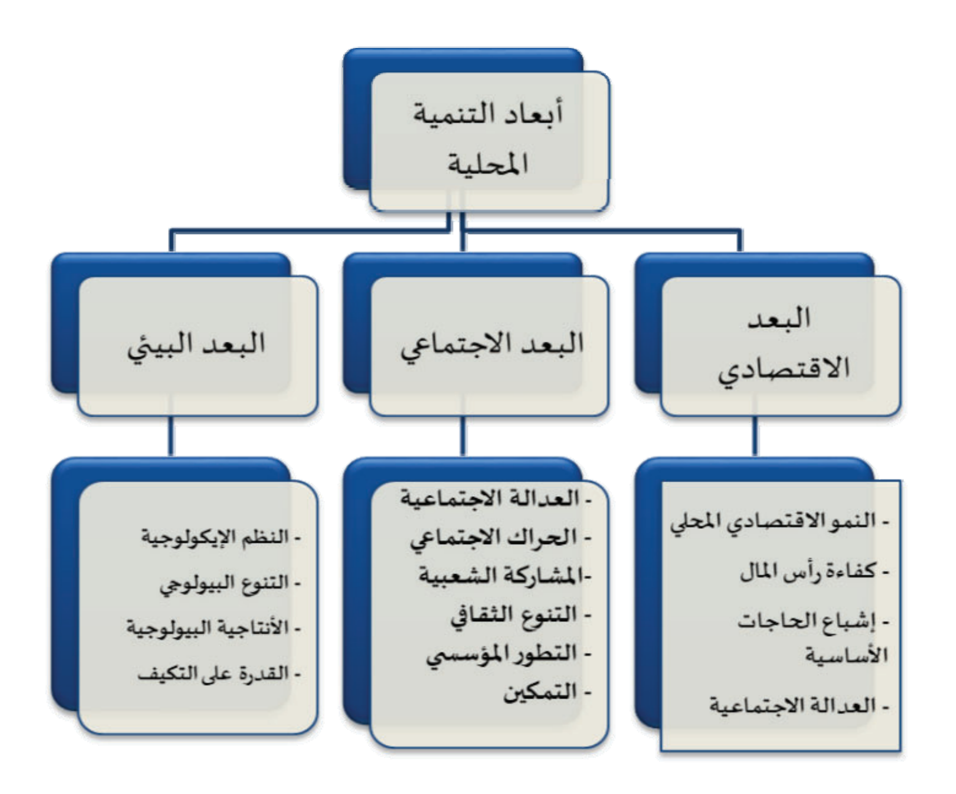
أولاً: أبعاد التنمية المحلية

لم يعد مفهوم التنمية المحلية يقتصر على تنمية قطاع بتجاهل القطاعات الأخرى، أو أولوية مجال على مجال آخر، بل هي تنمية شاملة يكون فيها التوازن في كل القطاعات المادية، ومشاركة جميع فعاليات المجتمع في عملية التنمية انطلاقاً من خصوصية كل منطقة، فهي نهج شامل يأخذ في الاعتبار حقوق الإنسان والتوازن البيئي، ويمكن الإشارة هنا إلى ثلاثة أبعاد رئيسة ومتفاعلة وهي كما هي مبينة في مخطط (-61) ، الابعاد الاقتصادية، البشرية والاجتماعية، البيئية والايكولوجيا، فضلاً عن بعد رابع مهم وهو البعد المؤسساتي والإداري، المتعلق (جهة اتخاذ القرار) بالسياسات العامة المحلية.

نتيجة التفاعل بين هذه العناصر الثلاث تنتج التنمية المحلية المتوازنة المستدامة التي تعود على الإنسان بالرفاهية والارتقاء بمستوى الحياة، وإذا حدث أي خلل أو نقص في إحدى هذه المكونات فلم تعد هناك تنمية مستدامة، لأنه لو زاد المال اليوم واستنزفت الطبيعة فسوف ينقص المال في المستقبل.

شكل (6-1)

أبعاد ومبادئ التنمية المحلية



1- البعد الاقتصادي

تتطلب التنمية المستدامة ترشيد المناهج الاقتصادية، فالنظام الاقتصادي المستدام هو النظام الذي يتمكن من انتاج السلع والخدمات بشكل مستمر ولأطول فترة زمنية ممكنة، قادر على توفير أرصدة من الموارد الطبيعية في تاريخ معين، والتي تكفي للأجيال

القادمة بعد نفاذ الكمية المستهلكة بواسطة الأجيال الحالية من السكان، وان يمنع حدوث اختلالات اجتماعية ناتجة عن السياسات الاقتصادية، **ويندرج تحت هذا البعد:**

1- إيقاف تديد الموارد الطبيعية المحلية: تهدف التنمية المحلية المتوازنة إلى تغيير أنماط الاستهلاك التي تهدد النظام البيئي في العالم مثل: استهلاك الدول المتقدمة للمنتجات الحيوانية المهددة بالانقراض، لذا يجب إجراء تخفيضات متواصلة من مستويات الاستهلاك المبدد للطاقة والموارد الطبيعية المحلية، ويتم ذلك من خلال تحسين مستوى الكفاءة وإحداث تغيير جذري في أساليب الاستهلاك الحياتية.

2- المساواة في توزيع الموارد: إن محاربة الفقر وتحسين مستويات المعيشة أصبحت مسؤولية كل من البلدان الغنية والفقيرة، ولتحقيق هذه الغاية لا بد من العمل على توفير فرص الحصول على الموارد والمنتجات والخدمات فيما بين جميع الأفراد داخل المجتمع بطريقة متساوية، فالفرص غير المتساوية في الحصول على التعليم والسكن والخدمات الصحية وعلى الأراضي والموارد الطبيعية الأخرى وعلى الحقوق المدنية والسياسية، تشكل حاجزا هاما أمام التنمية، فهذه المساواة تساعد على تنشيط التنمية والنمو الاقتصادي الضروري لتحسين مستوى المعيشة.

3- الحد من التفاوت في المداخيل: إن هذا التفاوت يوجد في الدول الغنية والفقيرة مع مراعاة النسبة الموجودة بينهما، فنجد أن هذا التفاوت يرتفع بشكل كبير في الدول النامية عن الدول الغنية والعبء لا يتمثل في إيجاد حلول لهذه المشكلة ولكن في تنفيذها.

2 - البعد الاجتماعي

إن التنمية الاجتماعية هي مسار تعاوني يشمل كافة قطاعات المجتمع المحلي ومبني على إيجاد أرض مشتركة وتحديد رؤية مشتركة والسعي خلفها، وهذا لا يتأتى إلا في

حال حققت العدالة الاجتماعية والإنصاف والمساواة بالإضافة إلى النهوض بالتنمية البشرية انطلاقاً من مبدأ " التنمية من أجل الإنسان" الهادفة إلى تحسين مستوى الرعاية الصحية والتعليم، والقضاء على الفقر والبطالة، إيصال الخدمات الاجتماعية كنقل والمواصلات، تحقيق المساواة في النوع الاجتماعي، فضلاً عن عنصر المشاركة والمحاسبة السياسية، حيث تؤكد تعريفات التنمية المحلية على أن التنمية ينبغي أن تكون بالمشاركة لكافة فئات المجتمع المحلي في صنع القرارات التنموية التي تؤثر في حياتهم، ويندرج تحت هذا البعد:

1- تثبيت النمو الديموغرافي
2- أهمية توزيع السكان
3- الاستخدام الكامل للموارد البشرية.
4- الصحة والتعليم.
5- تعزيز مساواة الجنسين وتمكين النساء.
6- حرية الاختيار والديمقراطية.

3 - البعد البيئي

أمام التزايد السكاني والاندفاع لزيادة النمو الاقتصادي والضغط المستمر على الموارد التي تتقلص باستمرار بفعل تدهور البيئة، وتلوث وتلف الأرض والمياه والهواء، تولد وعي بضرورة صيانة الأوساط البيئة وحماية ثوراتها ضمانا لسلامة الماء والهواء والتربية، وقد تجاوز هذا الوعي موارد المواد الاستهلاكية ليشمل مجالاً للحفاظ على التوازن البيئي والإيكولوجي.

إن تحقيق تنمية محلية مستدامة رهين بمكافحة مظاهر التدهور البيئي، وذلك بمحاربة التلوث البيئي وتعرية التربة وزحف التصحر وتجنب الاستنزاف الزائد

للموارد الطبيعية المتجددة وغير متجددة, وهي عمليات أساسية لحماية البيئة وضمان التوازن الإيكولوجي، ولتحقيق هذا لابد من مراعاة عدة أمور منها:

1- حماية الموارد الطبيعية: التنمية المحلية تحتاج إلى استغلال العقلاني للموارد الطبيعية المحلية، من حماية التربة الزراعية والأراضي المخصصة للأشجار وحماية الأسماك بكل أنواعها....إلخ، لتلبية احتياجات السكان (المواطنين الآخذين في التزايد) ، باعتماد الإجراءات الوقائية، التثقيفية والردعية.

2- صيانة المياه وتخلص من تلوثها: ان تحقيق التنمية المحلية يستلزم وضع حد للأستخدامات المبددة وتحسين كفاءة شبكات المياه، والمحافظة على جودة المياهن وقصر المسحوبات من المياه السطحية والجوفية على معدل تجددها ولا يحدث اضطراباً في النظم الإيكولوجية التي تعتمد على هذه المياه.

3- تقليص ملاجئ الأنواع البيولوجية: هنالك مجموعات من سلالات النباتات والحيوانات والطيور بدأت تنقرض وأخرى مهددة بالأنقراض، نتيجة تلوث مكونات البيئة وتدهور السلسلة الغذائية وعدم ملائمة المحيط الحيوي الذي تعيش وتتكاثر فيه، فالتنمية المحلية المستدامة في هذا المجال تعني أن يتم صيانة ثراء الأرض في التنوع البيولوجي للأجيال المقبلة، وذلك بحماية ودعم التنوع والتعدد البيولوجي.

تتقاطع مع هذه الابعاد الثلاثة، قضايا عده لها علاقة بالتوعية والتعليم وبناء المؤسسات، فبدون مؤسسات قادرة على تنفيذ وتطبيق استراتيجيات مخططات التنمية عبر " الإدارة الراشدة " أي الأدارة المحوكمة لعملية التنمية على المستويين الوطني والمحلي، من المستحيل تحقيق تنمية محلية، لذلك لا بد من الأخذ بعين الإعتبار المبادئ (البعد المؤسساتي) التالية:

- الحوكمة المحلية: تتمثل بنوع السياسات والقواعد التي تطبقها السلطات المحلية ومدى فعاليتها في تحقيق الشراكة مع القطاعات الرئيسة، وهي القطاع الحكومي والقطاع الخاص والقطاع اليري المتمثل أساساً في مؤسسات المجتمع المدني.
- التمكين: ويراد به توعية الأفراد والجماعات سواء كانوا رجالاً أو نساء، بضرورة التضامن والإسهام في بناء مجتمع موحد، من خلال تسخير طاقاتهم وجهودهم لصناعة مستقبل زاهر يحملون به لهم لأجيالهم القادمة.
- الاندماج والشراكة المجتمعية: وذلك من خلال توحد المجتمع في أهدافه وفي مسؤولياته وفي نطاق الحقوق والحريات الداعية للعدل والمساواة دون تمييز فرد عن آخر أو جنس عن آخر.
- العدالة: إن العدالة الاجتماعية والاقتصادية شرط أساسي لضمان فعالية التنمية المحلية.

إن البعد المؤسسي يمثل الذراع التنفيذي للدولة، خاصة الجماعات المحلية أو المجالس المحلية المنتخبة، التي بواسطتها وعبرها ترسم وتطبق السياسات التنموية الاجتماعية والاقتصادية والبيئية، وتوفير الخدمات ومتطلبات المواطنين، بفعل قربها وإدراكها للواقع المحلي، ومن ثم فإن تحقيق التنمية المستدامة بكل أبعادها ورفع مستوى ونوعية حياة المواطنين وتأمين حقوقهم الإنسانية، تتوقف جميعها على مدى نجاح واستجابة الهيئات المحلية، وفي الأخير نرى أن أبعاد التنمية المحلية هي أبعاد متكاملة ومتداخلة فيما بينها وليست متنافرة ومتعارضة.

ثانياً: مبادئ التنمية المحلية

قبل أن نعرض هذه المبادئ بالتفصيل يمكننا أن نحدد المبدأ بأنه " قاعدة أساسية لها صفة العمومية، يمكن أن يصل إليها الإنسان عن طريق الخبرة والمعرفة والمنطق أو أستعمال الطرق العلمية كالتجريب والقياس" .

1- التوازن: يعني تحديد معدلات الاستثمار في كل مجال بالنسب الملائمة، حيث إن اقتضى الأمر في ظروف ما زيادة الخدمات التعليمية أو الصحية أو الاقتصادية أو غيرها من احتياجات المجتمع...إلخ، وتعديل نسب هذه البرامج أو درجة الاستثمار فيها بالنسبة لغيرها تحقيقاً للتوازن الذي يتطلبه تحريك التنمية في مجتمع ما، كما يتناول التوازن أيضاً دور المجهودات الحكومية وغير الحكومية من خلال المشاركة الشعبية للمجتمعات المحلية.

2- التنسيق: وهو يهدف إلى توفير جو يسمح بالتعاون جميع الأجهزة القامة على خدمة المجتمع وتضافر جهودها وتكاملها بما يمنع ازدواج الخدمة أو تضاربها وتداخلها مما يهدر الجهود ويزيد من تكاليف الخدمات ويعمل على تشتيت ولاءات المواطنين في المجتمع، مما يقلل الحماس للعمل الجماعي ويكون له أثر في فشل جهود التنمية.

3- الشمول: ويعني ضرورة تنول قضية التنمية من جميع جوانبها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، فلا يمكن مثلا الاهتمام بقضية التعليم دون الاهتمام بالقضايا الأخرى سواء الصحية أو الزراعية أو المشروعات الإنتاجية الأخرى، وهذا يعني الأهتمام بجميع جوانب الحياة في المجتمع بصورة متكاملة بين الحاجات والرغبات.

4- إشتراك المواطنين: يعد إشراك المواطنين في جهود التنمية قضية محورية يتوقف عليها نجاح أو فشل التنمية المحلية وتعني مشاركة كل من يعمل أو يسكن في المجتمع المحلي سواء أكان من الموظفين الرسميين العاملين في المجتمع أو من قادة المجتمع الشعبيين أو من المواطنين العاديين في رسم الخطط وتنفيذها بل وفي تقويمها أيضاً لأن المشاركة تؤدي إلى أن تصبح الخدمة أكثر واقعية.

5- التعاون والتفاعل الإيجابي: يجب أن يكون هناك تعاون وتأثير متبادل بين أنشطة

المجتمع وعناصر الحياة الاجتماعية، سواء كانت أجهزة التنمية حكومية أو غير حكومية، وألا يترك هذا التعاون للصدفة، بل يتعين إيجاد المناخ والتنظيم الملائمين للتعاون البناء أو التفاعل الإيجابي بين هذه الأجهزة، حتى يكون تأثيرها المتبادل إيجابياً لدعم بعضها البعض، وليس سلبياً لإعاقة بعضها.

6- الاستعانة بالخبراء: تتطلب التنمية إحداث تغيير في كافة جوانب الحياة يستوجب تكاتف كافة جهود المسؤولين في القطاعات المختلفة، وهذا يلزم ضرورة رجوع الاخصائيين والمكلفين والمسؤولين على التنمية المحلية إلى المختصين في كافة الجوانب كما احتاج الأمر إلى ذلك، فيستعينون بالتربويين في المشروعات التربوية وبالأطباء عند دراسة المشروعات الصحية.... إلخ، وهكذا بالرجوع إلى أهل الاختصاص في أي مجال.

7- التقويم: يجب أن يتولى أخصائي التنمية المحلية عمليات التقويم بصفة مستمرة وذلك من مدى نجاح العمل الذي يقوم به، وعليه أن يحدد أهداف عملياته بالتفصيل، ويجب أن يشمل التقويم على الناحيتين:

أ- مدى التغيير الذي طرأ على المواطنين نتيجة لإشراكهم في عمليات التنمية المحلية.

ب- مدى التغيير الذي يطرأ على المجتمع المحلي نتيجة لنفس العملية من مرافق ومشروعات وخدمات.

ويمكن تلخيص المبادئ السابقة للتنمية المحلية من خلال الشكل (2-6) التالي:

شكل (6-2) المبادئ الأساسية للتنمية المحلية



المبحث الثالث

أهم التحديات والخصائص والنماذج التنمية المحلية

أولاَ: تحديات التنمية المحلية

ان التحديات التي تواجهها الدول خاصة الدول النامية لتحقيق التنمية المحلية المستدامة تتمثل في النقاط التالية:

1- إيجاد مصادر التمويل اللازمة لتحقيق التنمية المحلية في الدول النامية، لابد من إيجاد مصادر جديدة لتمويل برامج التنمية المحلية.

2- إعداد البرامج التنموية والصحية والتعليمية بمشاركة جميع الفواعل ذات الاختصاص في المسؤولية (على تفاوت بينها) في المساهمة رعاية الطفولة والأمومة، وتأسيس البنى التحتية والمرافق الصحية والتعليمية، ووضع الخطط والسياسات الفاعلة في هذا المجال.

3- تحقيق التكامل وتشجيع الاستثمار المحلي من خلال إيجاد شراكة حقيقية بين المؤسسات الصناعية والجماعات المحلية، وتحقيق فرص أفضل لمنتجاتها للمنافسة في الأسواق المحلية والعالمية.

4- نقل وتطوير التقنيات الحديثة الملائمة للبيئة وتشجيع الباحثين وتوفير إمكانيات العمل العلمي لهم باعتباره من أسباب تطوير العمل التنموي وإستمراره، ويرتبط بذلك نشر الوعي بأهمية التفكير العلمي والبحث في مجالات التنمية المحلية وتطوير وسائل العمل في هذا المجال.

5- تعزيز السلطات المحلية وذلك بما يضمن أداء الخدمات بطريقة تتلائم مع البيئة المحيطة لكل وحدة إدارية، فالإدارة المحلية أكثر إدراكاً للنظام البيئي المحلي

وقدرات الموارد المتاحة، وبالتالي الاستجابة للحاجات المحلية بطريقة متوازنة وعادلة وأخذ بعين الاعتبار مصالح الأجيال القادمة.

6- تحرير الطاقات البشرية المحلية وذلك من كل القيود التي تعيق تكوين وإزدهار الفرد كالأمية والفقر والتهميش والإحباط، ثم تزويد هذه الطاقات بالوسائل التي تمكنها من الاستثمار العقلاني للموارد المحلية ومن خلق الثروات والإبداع المتجدد في مختلف الميادين، وبشكل يساهم فيه جميع أفراد المجتمع كل حسب إمكانياته ومؤهلاته.

7- التوعية المستمرة للمواطنين في أدنى مستويات للمجتمعات المحلية لأهمية مشاركتهم في إعداد السياسات التنموية وكذا المشاركة في تنفيذها وتمويلها.. وتحمل مسؤولية تشغيلها وصيانتها.

ثانياً: خصائص التنمية المحلية

1- عملية عامة: تهتم ببرامج ومشاريع التنمية المحلية بجميع السكان وليس بفئة أو جهة أو جماعة أو هيئة محددة، أي موجهة لفائدة عموم المواطنين، بغض النظر عن من ساهم وشارك في إعداد خططها وتنفيذ وتوجيه ومراقبة برامجها وتمويل مشاريعها.

2- عملية ارتقائية: ارتقاء مستمر نحو الأفضل حيث يفضي كل مستوى يتحقق إلى الطموح جديد لمستوى أعلى والانتقال من دائرة إلى أخرى بما يفرض استمرارية واستدامة وتواصل واتساع مجال التنمية لصالح الجيل الراهن والأجيال المستقبلية.

3- عملية تشاركية: يعتبر تدعيم وتشجيع المشاركة الشعبية والجهود غير الحكومية والمنظمات الأهلية مطلباً من متطلبات التنمية المحلية، ودورها في إداد وتنمية

القدرات البشرية الفاعلة الواعية المؤثرة إيجابيا في التنمية المجتمعية وضمان استدامتها واستمراريتها.

4- عملية شاملة: تستغرق اهداف التنمية المحلية وتنصب برامجها ومشاريعها على كافة جوانب ومجالات حياة المجتمع وعلى جميع احتياجاته واولوياته، ولا تقتصر على مجال أو قطاع معين أو التركيز على مشكلات محددة، بل تشمل البعد المادي والمعنوي وتغطي جميع مجالات المجتمع المحلي سياسياً واقتصادياً واجتماعياً وثقافياً وبيئياً في تزامن متسق ومتوازن الاهتمام.

5- عملية تساهمية: تقوم التنمية المحلية على فلسفة الجهود الذاتية سواء كانت بشرية أو مادية، أي يقوم بها أبناء المجتمع المحلي، حيث يعتمد التغيير التنموي أساسا على المشاركة الشعبية الفعالة فكراً وتخطيطاً وتنفيذاً في اطار منظم يعبئ ويوظف الموارد المحلية المتاحة، وألا يستعمل الإنسان لتحقيق التنمية دون المشاركة في قراراتها والاستفادة من ثمارها.

6- عملية مخططة: واضحة الأهداف، مرتبة ومنسقة الخطط محسوبة التوقعات من حيث التكلفة والعوائد، قابلة للقياس النتائج وتقييم الإنجازات، وهذه الخاصية تدل على أن التنمية المحلية ليست عملية عشوائية، بل تغيير متحكم في عوامله بوضع خطط هادفة.

7- عملية فنية: التنمية المحلية تحتاج إلى المساعدات الفنية المتمثلة في الخبرات والتخصصات المختلفة من مهندسين وإداريين ومستشارين ومكاتب دراسات ومخابر في جميع المجالات سواء كانت داخل الدول أو خارجها.

8- عملية متكاملة: تتميز التنمية المحلية بالتكامل والتعاون بين النظم والقطاعات المختلفة وهو ما يشكل ضماناً لنجاحها وعمومية فائدتها، لذلك يجب ان يتكامل

القطاع الفلاحي مع الصناعي مع الصحي مع التعليمي والثقافي والاجتماعي والرسمي والتطوعي والمحلي والوطني والدولي.

9- عملية تغييرية: تنقل المجتمع المحلي إرادياً وقصداً من حال غير مرغوب إلى حال أفضل، فالتنمية المحلية لها بعد مادي يمثل في إنجاز وإقامة مشاريع ومرافق عمومية لتلبية احتياجات معينة وحل مشاكل محددة، وبعد معنوي كيفي وهو مساعدة المواطنين على تطوير قدراتهم ووسائل حياتهم وتقوية مشاعر المشاركة والتعاون والتضامن والتوجيه وحماية المصالح العامة.

ثالثاً: نماذج التنمية المحلية

لقد صاغ الكثير من الباحثين والمهتمين بحقل التنمية عموما والتنمية المحلية على وجهة الخصوص عدة مناهج للتنمية المحلية من شأنها ان تحقق الأهداف المخططة بهذا الفعل التنموي حيث تباينت وجهات النظر لهذه النماذج حسب مختلف المفكرين وصائغي هذه المناهج لتكيفها وخصوصيات وميزات كل دولة ومجتمع محلي فكان من بين هذه النماذج، نموذج "تايلور" و "وليام بيدل" و "رونالد لبيت" و "جاك روثمان" وغيرهم من هيئات العلمية والدولية المهتمة بالتنمية، حيث تناولت كلها مراحل وخطوات العمل التنموي على المستوى المحلي.

وبالرغم من تعدد النماذج الخاصة بالتنمية المحلية وتعدد الكتابات في الحقل الاقتصادي والاجتماعي، إلا أن دارسو التنمية يصنفون أهم النماذج الإنمائية التطبيقية، ويحصرونها في أربعة نماذج وهي:

1- نموذج العمل الميداني:

هذا النوع يعتمد على فرق التنمية المتنقلة، حيث تم ضم كل فرقة مجموعة من التخصصات إلى جانب أخصائيو التنمية الذين يستطيعون مواجهة أهدافها المتعددة، إلى جانب تدريبهم للمواطنين لتمكينهم من أداء خدمات محددة، والغاية النهائية من هذا النموذج هي إنشاء المؤسسات الوظيفية للتنمية.

2 - النموذج التكاملي:

يتمثل هذا النموذج في مجموعة البرامج التي تنطبق على المستوى القومين والتي تشمل كافة القطاعات الاقتصادية والاجتماعية، وكذلك تشمل كافة المناطق الجغرافية في الدول (حضر – ريف - صحراء) ، أي ان النموذج التكاملي هو الذي يشمل البرامج التي تحقق التوازن الإنمائي على المستويين القطاعي والجغرافي، والتي تحقق أيضاً التنسيق والتعاون بين الجهود الحكومية المخططة، والجهود الشعبية المستشارة ويقوم النموذج على أساس استحداث وحدات إدارية وتنظيمية جديدة، بغرض توفير مؤسسات التنمية داخل المجتمعات المحلية والتي يشرف عليها جهاز مركزي منفصل عن الأجهزة الوظيفية القائمة على المستويات الإدارية.

وقد بين كل من تايلور ووليام بيدل أهم الخطوات لتجسيد هذا النموذج وهي:

1- المرحلة الاستكشافية: تقوم بها السلطات المركزية من خلال الاختصاصيين الذين يقومون بالاتصال بقيادات المجتمع المحلي من أجل كسب ثقتهم وإقناعهم بدور وبأهمية التغيير وقدرتهم عليه ومشروعية حاجاتهم، وضرورة مواجهة مشكلاتهم والقيام بعملية إحصاء ورصد للمعلومات اللازمة عن المجتمع المحلي ومشكلاته وإمكانياته.

2- مرحلة المناقشة المنهجية للحاجات العامة: والتي يتم خلالها اكتشاف المشكلات

وتحديـدها وتشـخيص أسـبابها الموضـوعية والوصـول إلى أتخـاذ القـرار الجماعـي الـذي يتضمن الانفاق على تنفيذ بعض الإجراءات الواضحة والقابلة للتنفيذ، وتتم هذه المرحلة في جو من إتاحة الفرصة للقيادات المحلية للتغيير الحر عن أفكـارهم ومـاوفهم واختيـار البدائل.

3- مرحلة التخطيط المنهجي لتنفيـذ الـبرامج (المرحلـة التنظيميـة) : وهـي تعقـب مرحلـة الإدراك الجماعـي للحاجـات والمشـكلات واسـبابها، وخلالهـا يـتم وضـع خطـة محليـة لمواجهتها، وتعد هذه المرحلة من أهم الخطوات.

4- ومما لا شك فيه أن عملية إجراء تخطيط محلي يـبرز وينمـي أعضـاء وطاقـات المجتمـع المحلي وامكانياتهم وبالتالي يحولهم إلى عناصر إيجابيـة في الموقـف الإنمـائي، وقـد أثبتـت هذه الخطط نجاحاً كبـيراً في تنفيـذ العديـد مـن المشروعـات المجتمعيـة كبنـاء المـدارس والمستشفيات وغيرها، فضلاً عن أن القيام بمثل هذه المشروعات يولد الشعور بالمسؤولية الجماعية والثقة بالنفس وعنصر المبادرة لدى أعضاء المجتمع المحلي.

5- مرحلـة التنفيـذ: وهـي المرحلـة التـي يـتم خلالهـا تعبئـة وتسـخير وتجنيـد الإمكانـات الاقتصادية والاجتماعية المحلية والتي تكون مستندة إلى خبرات والتجارب المكتسـبة مـن النجاحات المحققة في المشاريع السابقة والجهود الأولية، مـما يولـد الإيمـان والثقـة لـدى أطراف المجتمع بأهمية وقدرة الجهود الإنمائية المحلية ويشجع عـلى المشـاركة الإيجابيـة لتحقيق المشاريع ومواجهة المشكلات القائمة.

6- مرحلة التقييم: وهي المرحلة التي من خلالها يتم التعرف على كافة الجوانـب الإيجابيـة والسلبية للأنشطة والقرارات من خلال ممارسة النقد الذاتي والبناء الموضـوعي، ولعمليـة التقويم دور هام في عملية التنمية نظراً لما تورثه من خبرات تؤدي إلى نجاحات.

7- مرحلة الطموح والاستمرار: وهي المرحلة المرتبطة أساساً بالمراحل السابقة لأن نجاح الخطوات السابقة يولد الشعور بالفخر الجماعي والإنجاز ويدفع على المزيد من العمل والاستمرار مما يولد ديناميكية وحركية تنقل المجتمع بصورة دائمة إلى الأمام وإلى أوضاع أفضل لأن النجاح يولد الشعور بالنجاح ويدفع إلى المزيد من العطاء.

3 - نموذج التكيفي:

يتفق هذا النموذج في التنمية على النموذج السابق في أن برامج كل منها تنبثق عن المستوى المركزي، وأن الخلاف بينهما هو أن هذا النموذج يركز على عمليات تنمية المجتمع المحلي واستشارة الجهود الذاتية والاعتماد على التنظيمات الشعبية وقد سمي هذا النموذج التكيفي لأنه لا يتطلب كما هو الامر في النموذج التكاملي استحداث تغيير في التنظيم الإداري القائم، ذلك لأن برامج هذا النموذج يمكن ان تنفذ في ظل أي نوع من التنظيمات الإدارية كما يمكن أن يلحق الجهاز التنظيمي المشرف على تنفيذها بأي جهاز إداري قائم.

قد تلجأ كثير من الدول خاصة عقب استقلالها إلى هذا النوع من النماذج نظراً لندرة العوامل المادية والفنية بهذه المجتمعات، ولكن سرعان ما تنتهي بتطبيق النموذج التكاملي حيث أنه هو القادر على تحقيق الأهداف القومية للتنمية الاجتماعية والاقتصادية.

4- نموذج المشروع:

يتم هذا النوع على مستوى منطقة جغرافية معينة لظروف خاصة وقد لا يعمم وطنياً، وتعتبر برامج التنمية المواجهة إلى المناطق الصحراوية كأحد الأمثلة على ذلك، فيعتبر نموذجاً تجريبياً يطبق في منطقة معينة ويمكن إذا اثبت نجاحه على جهة معينة أن يعمم على المستوى الوطني وبذلك يصبح موافقاً تماماً النموذج التكاملي.

من خلال النماذج التنموية السالفة الذكر والتي في الحقيقة أخذت بها كثير من الدول يتضح أن هناك مستويات للتنمية ولعل المستوى الأسفل والذي يسمى بالمستوى المحلي هو أحد المستويات المساعدة في تنمية المجتمع المحلي ومشاركته في اتخاذ القرار على المستويات الأخرى (المستوى الإقليمي والمستوى الوطني) .

ويمكن تلخيص النماذج السابقة للتنمية المحلية في الشكل التالي:

الشكل (6-3) أهم نماذج التنمية المحلية



الفصل السابع

التنمية السياحية المتوازنة

ويشتمل هذا الفصل على المباحث التالية:

- ✍ **المبحث الأول: المفهوم والأهداف والأدوات وأنواع التـوازن في التنميـة المتوازنة السياحية**
- ✍ **المبحث الثاني: الخطوات التنفيذية ودعم التخطيط للتنمية السـياحية المحلية المتوازنة**
- ✍ **المبحث الثالث: استراتيجيات التنمية السياحية المتوازنة**

الفصل السابع

التنمية السياحية المتوازنة

المبحث الاول

مفهوم وأهداف وأدوات وأنواع التوازن في التنمية المتوازنة

أولاَ: مفهوم التنمية السياحية المتوازنة

قبل التطرق إلى مفهوم التنمية السياحية المتوازنة يجب علينا توضيح مفهوم التنمية المتوازنة بشكل عام وإعطاء صوره توضيحيه كمدخل لمفهوم التنمية السياحية المتوازنة مثلما يأتي:

1- **مفهوم التنمية المتوازنة**

تعني التنمية المتوازنة "التوازن بين معدلات النمو في القطاعات المختلفة الاقتصادية مثلاً التي تقاس بمعدلات نمو الناتج الإجمالي للإقليم, أو نمو الدخل الأسري وتوزيعهُ، أو معدل الانفاق على التنمية في الإقليم"

ويعني مفهوم التنمية المتوازنة أيضاً "علاقة القطاعات ببعضها البعض, ومن حيث النظام الاقتصادي والاجتماعي ونموهُ, علاقته بالقطاع الخاص, وطبقاً لمفهوم أهداف السياسة العامة, فإن تنمية القطاع قد تتوسع أو تظل على حالها, أو قد تنخفض القطاعات, وبناءً على ذلك فإن على الحكومة تشجيع الاستثمار في هذه القطاعات بحيث يزداد الاستثمار في قطاع آخر بحسب وضعهُ".

وفي تعريف آخر للتنمية المتوازنة هي "مجموعة العمليات المخططة التي تستثمر الموارد الطبيعية والبشرية والمالية لذلك الإقليم بشكل أفضل لتحقيق توزيع منافع التنمية مكانياً, بما يحقق التوازن النسبي بين ذلك الإقليم والأقاليم الأخرى بهدف تحقيق الرفاه الاقتصادي والاجتماعي والعمراني في تلك المنطقة والتوزيع العادل لمنافع التنمية على المستوى الإقليمي بشكل متوازن ".

وتعرّف أيضا بأنها "صيغة العمل التخطيطية القادرة على وضع الحلول بمعدل كبير للمشاكل والقضايا في المجتمع المعاصر وإنها تستعمل التبرير في الطرق المختلفة ومشاكل المجتمع التي يحددها التخطيط الإقليمي والمتمثل في المشاكل الاقتصادية والاجتماعية, والعمرانية, والسياسية والثقافية".

وأيضاً تعرف على أنها "الحاجة للتوفيق بين التخطيط الاقتصادي والاجتماعي والعمراني في جميع المستويات لسد الفجوة الموجودة بين تشكيل أهداف تخطيط التنمية وتنفيذها في المستوى الإقليمي والمحلي"

وتعرف "أنها الإطار التخطيطي الذي يحدد الاتجاهات الرئيسة لكيفية توزيع الموارد البشرية والمادية بين الأقاليم المختلفة بشكل يضمن تناسب أهداف التنمية المتوازنة للأقاليم مع أهداف التنمية الوطنية هذه من الناحية النظرية, أما من الناحية العلمية فلا بد من تحديد أجهزة التخطيط الإقليمي المركزية والمحلية من حيث مهامها وعلاقتها ببعضها وبالأجهزة التخطيطية القطاعية, والمؤسسات التنفيذية المركزية المحلية, لتكون قرارات التنمية مؤثرة مكانياً واقتصادياً واجتماعياً وعمرانياً"

2 - التنمية السياحية المتوازنة

قام بعضهم بتعريف التنمية السياحية المتوازنة على أنها " تنمية سياحية في إطار التوازن بين الأهداف الاقتصادية والأهداف البيئية للسياحة أو التوازن بين الأهداف

الاقتصادية والأهداف الاجتماعية للسياحة في إطار التخطيط السياحي.

ويجمع عبد الوهاب (1991) بين هذه التوازنات حيث يقرر أن التنمية السياحية المتوازنة هي " تنمية يبدأ تنفيذها بعد دراسة عملية كاملة مخططة داخل الدولة ككل أو داخل أقليم من أقاليم الدولة تتجمع فيه أسباب التنمية السياحية من عناصر جذب طبيعية وحضارية أو أيهماً.

هي متوازنة من غيرها من المجالات التنمية الصالحة للدولة أو الإقليم، وهي في ذات الوقت متوازنة في البعد الزمني المعقول بناء على اختيارات وأولويات تقرر مقدماً بناء على دراسات تبرر التواكب والتلازم بين نمو العرض ونمو الطلب، بل هي متوازنة بناء على قرار اختيار نوعية السائحين الذين يحقق التسويق لهم الأهداف القومية أو الإقليمية سواء من الوجهة الاقتصادية أو الاجتماعية أو البيئية أو النفسية أو الحضارية.

ولابد أن تبدو التنمية السياحية المتوازنة واضحة في السياسة السياحية الشاملة للدولة التي يتحدد فيها أهم الأهداف السياحية الوطنية الرئيسة وأساليب تحقيق هذه الأهداف بصورة تضع المسؤولين السياحيين أمام إطار ملزم, فيلزم أن تكون التنمية المتوازنة بين مختلف هذه المكونات مثل أماكن الإقامة السياحية وشركات السياحة وشركات الطيران والنقل السياحي المختلفة داخل الدولة تحسباً لتنمية الأنماط السياحية المختلفة التقليدية وغير التقليدية بحيث لا تنمو السياحة في منطقة على حساب منطقة أخرى دون سبب يرجع إلى بناء الأولويات المسوغة اقتصادياً وسكنياً وبيئياً واجتماعياً, ويعد طرح التنمية السياحية المتوازنة في الأدبيات العلمية المتخصصة نادرًا نسبياً وعليه فقد تطرق إليها بعض الباحثين وعرفوها بتعريفات عدة منها:

تعرّف التنمية السياحية المتوازنة على أنهاً تنمية يبدأ تنفيذها بعد دراسة كاملة مخططة

داخل إطار التخطيط المتكامل للتنمية الاجتماعية والبيئية داخل الدولة ككل, أو داخل أي اقليم تتجمع فيه أسباب التنمية السياحية من عناصر جذب طبيعية وحضارية أو أيهما, فهي متوازنة مع غيرها من مجالات التنمية الصالحة للدولة أو الإقليم, وهي في ذات الوقت متوازنة في البعد الزمني المعقول بناءً على اختيار أولويات تتقرر مقدمًا, بل هي متوازنة بناءً على قرار اختيار نوعية السائحين الذين يحقق التسويق لهم الأهداف الوطنية أو الإقليمية سواء من الوجهة الاقتصادية أو الاجتماعية أو البيئية أو النفسية أو الحضارية "

وأيضاً تعرف التنمية السياحية المتوازنة بأنها: "عملية تحقيق التوازن والتوزيع بين خطط التنمية المختلفة في أي إقليم من الأقاليم التي تمتلك امكانيات سياحية مختلفة لكي يسيرا جنباً إلى جنب في تناسق وتكامل واحد, فالتنمية السياحية المتوازنة ترتبط بالمكان كونه ركن رئيس في مكونات البناء " وعليه يجب أن تتركب خطوات التنمية السياحية المتوازنة في الخطة السياحية مع الظروف البيئية في المنطقة السياحية ويجب أن يوجه الاهتمام إلى السياسات التنموية الأخرى وخاصة البيئة.

وتوصلنا إلى تعريف للتنمية السياحية المتوازنة

"إنها عملية تحقيق التوازن على المستوى الاقتصادي والاجتماعي والبيئي للدولة أو الإقليم مع الأقاليم الأخرى من خلال استغلال الموارد السياحية المتاحة فيها وبكفاءة عالية لغرض المحافظة عليها وتحقيق منافع اقتصادية واجتماعية وبيئية للإقليم السياحي, بعد ما يتم توفير الاحتياجات كافة التي تخص البنى التحتية والفوقية وتشريع القوانين والأنظمة السياحية الحديثة, والأخذ بالاعتبار تحقيق التوافق بين اهتمامات ومصالح سكان المجتمع المحلي ومشاركتهم الفعلية وهي الأهم في التنمية وبين اهتمامات ومصالح السياح الوافدين ".

ثانياً: أهداف التنمية السياحية المتوازنة

إنّ وضع التنمية السياحية المتوازنة يعتمد بصورة رئيسة على طبيعة النظام الاقتصادي والموارد المتوفرة وحجم مشاكل التنمية المكانية للإقليم, لذلك نجد اختلاف السياسات المتبعة للتنمية الإقليمية بين تهجير الأيدي العاملة أو نقل الاستثمارات (هجرة رؤوس الأموال) أو كلاهما, وتختلف هذه السياسات باختلاف الأهداف المراد تحقيقها, إلا إنها تشترك بهدف يتمحور حول معالجة مشكلة التباين المكاني في مستويات التنمية الاقتصادية والاجتماعية, في حين تبقى الأساليب والإجراءات المتبعة وفاعليتها لتحقيق هذا الهدف مختلفة أيضاً من سياسة لأخرى, وبالرغم من ذلك تبقى غاية التنمية السياحية المتوازنة في تحقيق أهداف محددة, توضع بحسب موارد وإمكانيات الأقاليم المختلفة ومدى تفاعلها وتكاملها فيما بينها, وتكمن أهمية التنمية السياحية المتوازنة بأهمية أهدافها, ولعل من أهمها تحديد توجهات التنمية للأقاليم ولاسيما التي تعاني من المشاكل المتزايدة الناتجة عن التركيز السكاني, والسعي إلى تحقيق التوازن النسبي بين السكان والنشاط الاقتصادي والبيئة, عموما وتتمثل أهم أهداف التنمية السياحية المتوازنة بما يأتي:

1 - تحقيق الموازنة بين أهداف التنمية الإقليمية والوطنية:

إن العمل بالبعد التنموي الإقليمي يؤدي إلى زيادة معدلات النمو القومي , في حين نجد إن إغفالها يؤدي إلى إضعاف فاعلية التنمية الوطنية في تحقيق أهدافها المرجوة, لهذا نجد إن التنمية السياحية المتوازنة تعد إحدى الركائز الرئيسة للوصول إلى تنمية شاملة ومتوازنة بين الأقاليم في البلد الواحد, وما تسهم به في توزيعها للاستثمارات والأنشطة الاقتصادية والاجتماعية التي تجري على وفق إمكانيات وحاجات الأقاليم المختلفة ومراعاة التوزيع المكاني للسكان والقوى العاملة فيها بغية

تحقيق تنمية متوازنة وعادلة لكل الأقاليم, إذ يمكن من خلالها تحقيق أمرين الأول: (تنمية المناطق الأقل تطوراً بحسب الإمكانات المتوفرة) والآخر: (تحقيق أكبر قدر ممكن من العدالة الاجتماعية ما بين سكان الأقاليم) .

وبموجب المؤشرات التي يقدمها المخطط الإقليمي عن الإمكانات ومحددات التنمية في الأقاليم والمناطق المختلفة يتم توقيع استثمارات الخطة لتحقيق التطور المتوازن الذي تستهدفه عملية التخطيط الشامل على المستوى القومي, وإن التخطيط للتنمية الاقتصادية وتخصيص الاستثمارات مكانياً ينبغي أن يلبي الحاجات الملحة للأقاليم المختلفة مع مراعاة الإمكانات المتاحة لهذه الأقاليم (توازن على أساس الإمكانات المتاحة) وليس لمجرد هدف رفع أو زيادة في معدل النمو الكلي للاقتصاد على المستوى القومي مع الأخذ بالنظر التوزيع المكاني للسكان والأيدي العاملة.

وإن هدف استعمال التنمية الاقليمية المتوازنة لتحقيق التوازن بين الأقاليم المختلفة وتخفيض مستويات البطالة بما يؤكد إلى احداث متوازن بين العرض والطلب الأيدي العاملة وذلك بتوفير فرص عمل جديدة في هذه الأقاليم , كذلك رفع أو زيادة الناتج الإقليمي بما يؤدي الى زيادة مساهمة الإقليم في الناتج القومي، ويتم ذلك عن طريق إيجاد أنشطة جديدة في الأقاليم التي لها دورها الريادي في زيادة الناتج القومي فضلاً عن تعزيز الأنشطة الاقتصادية القائمة فيها.

2- معالجة مشكلة التباين المكاني بين المستويات الاقتصادية والاجتماعية (الثنائية المكانية)

أدى التباين في المستويات الاقتصادية والاجتماعية في أقاليم البلد الواحد, إلى ضرورة الأخذ بسياسة التنمية المتوازنة بغية معالجة مشكلة التباين الحاصل في الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والعمرانية, إذ إن إتباع سياسة تنمية متوازنة تمكن في تقليص

حجم الفروقات بين الأقاليم, من خلال تقليل معدلات البطالة في المناطق التي تكون فيها مرتفعة, وتؤثر على حركة الأيدي العاملة وإيقاف هجرة السكان إلى الأقاليم ويكون ذلك بالاستغلال الأمثل للموارد المتاحة في كل إقليم وإقامة نشاطات اقتصادية فاعلة لاسيما النشاطات الصناعية فضلاً عن إصلاح ودعم مستلزمات الحياة الاجتماعية والثقافية والمرافق العامة الأخرى , أن بعض الاقاليم أو المناطق لابد أن تكون فقيرة في مواردها الطبيعية وأخرى غنية, ولكن المهم هو أن لا تبقى الفقيرة فقيرة والغنية غنية, بل لابد أن نراعي مبدا توازن النمو بين الأقاليم لكي لا تحدث خلخلة في مستويات المعيشة بين الأقاليم, ومن هنا يمكن القول أنه لا يمكن أن تحقق هذه الأشياء جميعاً وفي وقت واحد إذ لابد من وضع اولويات دون إهمال الاحتياجات وفق التصورات التالية:

1- تنمية الأماكن أو المحافظات على ضوء الامكانات المتوفرة فيها بحيث تكون هناك اسبقيات اقليمية مع مراعاة المصلحة الوطنية, أي أن تكون البرامج التنموية في منطقة معينة متممة ومتكاملة مع المناطق الأخرى.

2- التأكيد على تنمية المناطق التي بقيت لظروف معينة محرومة من استغلال مواردها الاقتصادية, كما يستدعي التركيز على هذه المناطق لكي يمكن رفع مستوى الأداء التنموي فيها.

3 - السيطرة على المجمعات الحضرية الرئيسية وتخفيف الضغط السكاني:

إن التوزيع غير سليم للاستثمارات جغرافياً يؤدي إلى التفاوت في مستويات الدخل وظهور مشاكل الإسكان والاكتظاظ السكاني والضغط على البنى الارتكازية في المدن والمراكز الصناعية بسبب نموها بشكل غير مخطط على حساب مناطق أخرى, وبالتالي فأن زيادة الهجرة من المناطق الأخرى إلى هذه المدن ومن ثم زيادة الضغط على

الخدمات الأساسية ستؤدي إلى زيادة المشاكل الاجتماعية مثل (ازدياد معدلات البطالة, تدهور الأحوال الثقافية والصحية) , لذا نجد التنمية المتوازنة تعمل على حل تلك المشاكل من خلال تحقيق تنمية متوازنة بين السكان والنشاط الاقتصادي والبيئة على مستوى مناطق الإقليم, أما عوامل الطرد فتتمثل بعدم توفر الخدمات الضرورية أو ضعف أداءها وقصور الموارد الاقتصادية والضغط المتزايد للسكان على المساحات المحدودة من الأراضي الزراعية مما يدفع السكان الريفيين إلى الهجرة لعدم توفر فرص العمل وانخفاض في متوسط الدخل الفردي.

4 - حماية البيئة الطبيعية والبشرية

من بين أهداف التنمية السياحية المتوازنة هي الحفاظ على الموارد الطبيعية وشكل الأرض وطبوغرافية المنطقة والموارد التراثية والتاريخية والمناطق الخضراء والقيم الجمالية للطبيعة المكانية قدر الإمكان, فضلاً عن حماية الإنسان من النتائج السلبية لتركيز الاستثمارات (وفي مقدمتها الاستثمارات الصناعية) في المدن وبالقرب من المراكز الحضرية, لاسيما ما يتعلق الأمر بآثار تلوث البيئة وتشويه جمالية المدينة والتأثير سلباً على حياة الإنسان فيها.

5 - الإسهام في تحقيق الوحدة الاقتصادية والسياسية لأقاليم البلد

يؤدي التباين الإقليمي في المستويات الاقتصادية والاجتماعية إلى حالة عدم الرضا والتمرد لدى سكان الإقليم التي تتصف بانخفاض مستواها الاقتصادي وازدياد مشاكلها الاجتماعية, رغم وجود الموارد والإمكانات فيها مما يؤثر سلباً على الوحدة السياسية للبلاد, لذلك نجد إن انتهاج سياسة فاعلة للتنمية المتوازنة ضمن إطارها السياسة القومية يسهم في تحقيق النمو المتوازن اقتصاديا واجتماعياً وبالتالي إسهامها في دعم الوحدة السياسية للبلد, أما غايات التنمية الاقتصادية ضمن السياسة الإقليمية

فنجدها تهدف إلى تحقيق ما يأتي:

1- زيادة القدرات الإنتاجية في الإقليم والبلاد عامة, عن طريق زيادة إسهام الأقاليم الفقيرة مما ينجم عنه زيادة في الدخل الإقليمي والقومي.

2- إقامة مجموعة ناجحة وفاعلة وكفؤة من الصناعات, لاسيما تلك التي توصف بالديناميكية ولها القدرة على إدخال مزيد من التقنيات فيها.

3- تحسين عملية التنظيم المكاني والإقليمي سواء بين المدينة والريف أو بين الأقاليم المختلفة.

4- تطوير عمليات التشابك القطاعي بين الأنشطة الاقتصادية والخدمية.

5- تقليل معدلات البطالة ورفع مستوى الأيدي العاملة, مما يؤدي إلى تحسين الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية للسكان.

6- تحقيق اللامركزية الاقتصادية على المستوى الوطني

أي إن التقليل من تركيز المشروعات الصناعية في المدن الكبرى وتوزيع الجديد منها على الأقاليم من شأنه أن يدفع التطور الاقتصادي والاجتماعي الوطني.

6 - تفعيل آليات التنمية المستدامة

إن الحاجة الماسة إلى طريق جديد لتحقيق التنمية الإقليمية المتوازنة طريق يستديم التقدم البشري ليس في أماكن قليلة واقاليم بعينها أو لبعض سنين قليلة بل لكل المناطق والأقاليم وصولاً الى تحقيق وتلبية احتياجات الحاضر دون أن تؤدي الى تدمير قدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتها, وفي ضوء النمو غير المخطط للمدن برزت الحاجة إلى تبني سياسات واستراتيجيات من شأنها أن تسهم في تحقيق التنمية الإقليمية المتوازنة بشكل مستدام, وإن تفعيل آليات التنمية المستدامة يمثل أهم الأهداف التي تسعى اليها

التنمية الإقليمية المتوازنة لتحقيقها عن طريق جانبين مهمين يكمل أحدهما الآخر:

- لن تتحقق التنمية المستدامة دون تحقيق التحضر المستدام.
- القدرات المحلية هي الأساس لتحضر المستدام.

ثالثاً: أدوات تحقيق التنمية السياحية المتوازنة

من أجل توليد تنمية سياحية محلية متوازنة على كافة المناطق واستغلال لمواردها البشرية والمادية يجب ان تتوفر مجموعة من الأدوات وهي:

- الاستغلال الامثل للموارد الطبيعية.
- تطوير التنظيم العمراني في المراكز الحضرية.
- حماية وتحسين البيئة.
- تأمين الأرض للاستعمالات العامة.
- تأمين السكن الصحي المناسب.
- تأمين المياه للاحتياجات الخاصة.
- تأمين نظام فعال للنقل.
- تعديل الاتجاه الاقتصادي في مجال التصنيع.
- تعديل الاتجاه الزراعي: الزراعة , التنمية الريفية.
- تطوير وتنمية الموارد البشرية.
- عدالة التوزيع لهياكل الخدمات الأساسية.
- تطوير الأجهزة المؤسسية وأنظمتها.
- توفير وسائل الترويج عن النشاط السياحي.
- توزيع الصناعات على الأقاليم.
- أيجاد فرص عمل في الإقليم.

- تشجيع حركة الترانزيت والتجارة.
- خلق مشاريع جديدة , ووضع قواعد لتوجيه الاستثمارات في الأقاليم.
- ايجاد موارد دخل جديدة للبلديات.
- اعطاء المزيد من صلاحية الحكم المحلي.
- ايجاد تخطيط اقليمي دائم ومستمر.
- توفير خدمات (البنى التحتية الخاصة بالسياحة مثل الفنادق , المطاعم , طرق نقل وغيرها) .
- النظام المصرفي الذي يساعد على نقل العملات وتبادلها.

رابعاً: أنواع التوازن في التنمية السياحية المتوازنة

1- توازن داخل القطاع السياحي (التوازن بين المتغيرات الاقتصادية وغيرها من العناصر داخل هذا القطاع)

1- تنمية العرض السياحي بشكل متوازن مع الطلب السياحي: فإذا كان هناك إنشاءات سياحية جديدة (مناطق سياحية جديدة أو إنشاء فنادق جديدة) لزيادة العرض السياحي فيجب أن تتناسب هذه مع حالة الطلب المتوقع حيث يتم استكمال هذه الإنشاءات، كما يمكن من جهة أخرى أيضاً العمل على تنمية الطلب السياحي عن طريق برامج الترويج السياحي والتسويق السياحي وغيرها لفترة قادمة والعمل على تنمية العرض السياحي بشكل متوازن مع ماهو متوقع من زيادة مستهدفة في الطلب.

2- من حيث أن المنتج السياحي يتسم بالتنوع فإن مفهوم التوازن في التنمية السياحية يستلزم توازن ظروف الطلب والعرض معاً بالنسبة لكل نوع من أنواع المنتج السياحي.

3- هناك توازن آخر ذو طبيعة اجتماعية ينبغي الحرص عليه داخل القطاع السياحي وهـو توازن بين متطلبات السائحين الأجانب وعاداتهم أو سلوكياتهم ومتطلبـات أهـل المقصـد السياحي داخل البلد، حيث أن وجود فجوة ثقافية أو سـلوكية بـين الجـانبين تبقـى دون معالجة يمكن أن تؤدي إلى عرقلة التنمية السياحية تماماً.

4- تنمية النشاط السياحي في أي مقصد بشكل متوازن مع الظروف البيئية، فـيمكن تنميـة هذا النشاط دائماً في الحدود التي تسمح بها الطاقة الاستيعابية للبيئة، فإذا كانـت هنـاك زيادة متوقعة في الطلب السياحي على أي مكان من الأماكن السياحية فيجب في البدايـة العمل على تنمية طاقته الاستيعابية بشكل متوازن، فإذا لم يكن هنـاك حـدوداً يجـب أن تتوقف عندها وإلا انقلبت الآثار الإيجابية للنشاط السياحي إلى آثار سلبية.

5- العمل على تنمية الأماكن السياحية المختلفة داخل البلد المضـيف بشـكل متـوازن كلـما أمكن هذا، رغم أن الأمر قد يسـتلزم في بعـض الحـالات مـن الناحيـة الاقتصـادية إعطـاء أولوية للأماكن السياحية الواعدة أو الأكثر جـذباً للسـائحين، ومـن الضروري العمـل عـلى تنميتها معاً بشكل متوازن.

2- **توازن خارج القطاع السياحي (توازن القطاع السياحي مع القطاعات الأخرى)**

1- التنسيق بين الاستثمارات المستهدفة في القطاع السياحي مـع الاسـتثمارات في القطاعـات الأخرى بما يحقق أكبر معدلات متعددة لنمو الناتج المحلي.

2- العمل على تخطيط القوى البشرية العاملة داخـل الاقتصـاد القـومي بمـا يتـيح للقطـاع السياحي الحصول على متطلباتـه مـن الكفـاءات العالميـة المناسـبة لـه، والكافيـة لنمـوه بشكل متوازن، مع ما تحصل عليه القطاعات الاخرى من متطلباتها المناسبة من العمل.

3- الإهتمام بتنمية الأنشطة الزراعية والصناعية المرتبطة بالنشاط السياحي بشكل متـوازن، ويلاحظ أنه إذا لم يتحقق هذا التوازن فإن تنمية النشاط السـياحي قـد تـؤدي إلى مزيـد من الواردات السلعية من العالم الخارجي مما يؤدي إلى آثار غير مرغوبة بالنسبة للتنمية الاقتصادية ككل.

4- التنمية المتوازنة للقطاع السياحي لا تعني مزيداً من التوسع فيه على حساب القطاعـات الأخرى أو بـالعكس، بـل تعنـي عـدم حـدوث اخـتلالات قـد تنشـأ نتيجـة عـدم مراعـاة الظروف السابقة المذكورة.

5- في إطار الانفتاح السياحي على العالم الخارجي وذلك في ظـل اتفاقيـة الجـاتس (GATs) (الاتفاقية العامـة لتجـارة الخـدمات General Agreement on Trade- in Services) بأنها أدخلت الخدمات إلى جانب السلع في عملية تحرير التبادل الدولي كوسـيلة لتعزيـز النمو الاقتصادي، فإن هناك توازناً مرغوباً فيـه بـين نشـاط الشركـات السـياحية الأجنبيـة والوطنية داخل البلد خـلال تنميـة النشـاط السـياحي، وهـذه المسـألة مازالـت خاضـعة للاتفاق قد مفاوضـات الجـاتس بـين الـدول المختلفـة، ولكـن الـدول بحاجـة شـديدة إلى الحفاظ على قدر متوازن مـن حقوقهـا في النشـاط السـياحي حيـث أن مـن المنتظـر لهـا مواجهة منافسة شديدة للغاية من الشركات السياحية الكبرى في الدول المتقدمة خصوصاً مع ضخامة أحجام هذه الشركات وتوسعها على المستوى العالمي في تقـديم جميـع أنـواع المنتجات السياحية.

ومن هنا فإنه يجب العمـل عـلى تحقيـق التـوازن بـين حقـوق المـواطنين في النشـاط السياحي لبلدهم والحقوق التي سوف يكتسـبها الأجانـب مـن وراء اتفاقيـة الجـاتس، وما يمكن اقتراحه والتمسـك بـه هـو أن لا يسـمح للأجانـب بتملـك اراضي في الأمـاكن السياحية وأن الاستثمارات التي يقومون بها في البلد بل يكون مبـدأ المشـاركة في هـذه

ينفذوا الاستثمارات هو الأساس مع الاحتفاظ بنسبة (51%) علـى الأقـل للمـواطنين، والتغيـير المؤسسي أيضاً، في حالة الانسجام والتناغم، وتعمل على تعزيز إمكانية ربط الحاضر بالمستقبل لتلبية الحاجات الأساسية للسائح.

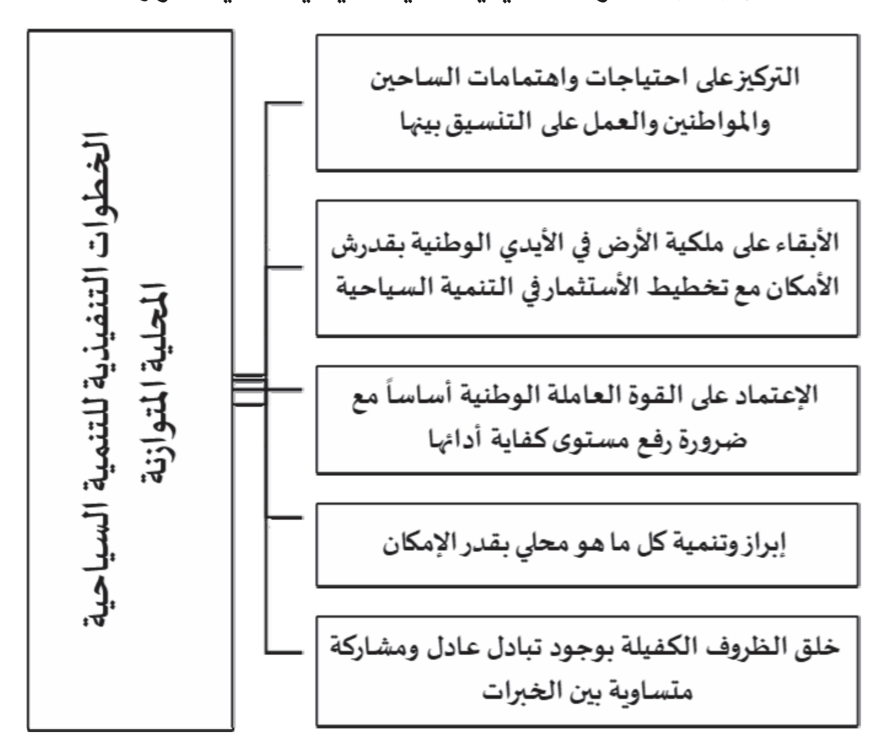
المبحث الثاني

الخطوات التنفيذية ودعم التخطيط للتنمية السياحية المحلية متوازنة

أولاَ: الخطوات التنفيذية للتنمية السياحية المحلية متوازنة

إن تحقيق التنمية السياحية المحلية المتوازنـة بما تحمـل مـن نتـائج إيجابيـة تسـاهم في تعظيم العائد الاقتصادي والاجتماعي والبيئـي للسـياحة في الأمـد المتوسـط والأجـل الطويـل, ويلزم اتباع خطـوات معينـة قـد تختلـف مـن دولـة إلى أخـرى بحسـب ظروفهـا الاقتصـادية والاجتماعية والبيئية, ولكنهـا في مجموعهـا يمكـن تركيزهـا في مبـادئ عامـة , والشـكل (7-1) يوضح ذلك.

شكل (7-1) الخطوات التنفيذية لتنمية السياحية المحلية المتوازنة



1- التركيز على احتياجات واهتمامات السائحين والمواطنين والعمل على التنسيق بينها

ان النشاط السياحي يؤدي بشكل طبيعي الى تعرف السائحين من البلدان المختلفة على ثقافات الشعوب التي تستقبلهم وتستضيفهم وكما ان ابناء هذه الشعوب يتعرفون على ثقافات وعادات السياح, وبعد هذا الاختلاط يجب ان تفضل احتياجات ورغبات المواطنين والسائحين وتعطى الأولوية على أهداف ومصالح المستثمرين ويجب أن توجه المجهودات إلى التنسيق بين احتياجات المواطنين المحليين وبين السائحين وأن تخطط التنمية بطريقة تحقق نتائج مفيدة للطرفين

2 - الإبقاء على ملكية الأرض في الأيدي الوطنية بقدر الإمكان مع تخطيط الاستثمار في التنمية السياحية

لعل من أهم العناصر اللازمة لتنمية المتوازنة أن تستمر السيادة الوطنية على الأراضي الصالحة للاستخدام السياحي وبوجه خاص شواطئ البحار والأنهار والبحيرات, فالسلطات المركزية والمحلية يجب أن تحتفظ بالسيطرة على الأرض بوسائل الرقابة المختلفة, وأن تبقى على ملكيتها لها وتكتفي بمنحها على سبيل الإيجار لمدة طويلة للمشروعات السياحية التي تكون كثيرة, فبيع الأراضي هو تصرف في أصول التنمية السياحية دون دراسة لما قد يحدث في المستقبل من متغيرات اقتصادية أو اجتماعية أو بيئية أو حضارية, كما يعقب ذلك تضحية بالمستقبل مقابل فائدة آجلة في الحاضر مما يعتبر مصادر لحق الأجيال المستقبلية.

3- الاعتماد على القوة العاملة المحلية مصدراً للتنمية المحلية السياحية من أجل رفع مستوى كفاية أدائها

إدارة المنظمة الحديثة التي تسعى باستمرار إلى البقاء والنمو والنجاح مطالبة بأن

تركز اهتمامها على تخطيط القوى العاملة فيها وأن تنظر إلى المستقبل وترى احتمالاته وتستعد لهذه الاحتمالات وباعتبار أن المؤسسات أصبحت تعمل اليوم في اقتصاد ديناميكي للغاية، يمكن القول بوجه عام ان مشروعات التنمية السياحية تكون مبررة في أعين المواطنين المحليين فقط عندما يترتب عليها زيادة فرص العمالة لهم زيادة محسوسة, ولذلك يجب عدم الالتجاء إلى عمالة من خارج إقليم التنمية السياحية إلا في حدود ضيقة وحيثما لا تتوفر كثافة سكانية كافية في الإقليم هذا يعطي الفرصة للتوظيف الكامل أو شبه الكامل للمحليين على الأقل في الوظائف العادية التي لا تتطلب مؤهلات أو خبرة خاصة, أما بالنسبة للوظائف الحرفية الدقيقة والإشرافية فيجب الاحتفاظ للمحليين منها بنسبة معقولة يقلدوها بعد برنامج تدريبي مكثف متعدد التخصصات والمستويات.

4 - إبراز الصناعات التقليدية والحرفية عماداً للتنمية المحلية

نتطلق في البداية من تعريف الصناعات التقليدية من أجل توضيح مفهومها " هي كل صنع يغلب عليه العمل اليدوي ويستعين فيه الحرفي أحياناً بالآلات لصنع اشياء نفعية أو تزينه ذات طابع تقليدي, وتكسي طابعاً فنياً يسمح لها بنقل مهارة عريقة ", لقد قامت مشروعات التنمية السياحية في كثير من الدول النامية على أساس شبه كامل للخصائص والتقاليد الاجتماعية وهجر للطابع المعماري المحلي إلى طابع دولي سياحي , فتصبح تصميمات المباني وموارد البناء خالية من كل مضمون حضاري وطني, ولا ينفي ضرورة مراعاة نظم القيم المحلية والتصميم والطابع المحليين قيام مشروعات سياحية على أعلى مستوى من الفخامة والرفاهية والراحة باستخدام المواد المحلية والعمالة المحلية بقدر ما أمكن, ففي ذلك إحياء للفن الوطني والمحلي في ذاته وعدم اندثاره, مما يحمل السائحين على احترام البلد التي يزورها, ولما كان من المبادئ

الأساسية للتسويق الناجح أن يكون المنتج ذا أصالة وتفرد واضح, ومن ثم الاعتماد على كل ما هو محلي بقدر الإمكان يؤكد هذه الأصالة ويدعمها ويرفع مستوى السياحة في الدولة.

5 - خلق الظروف الكفيلة بوجود تبادل عادل ومشاركة متساوية بين الخبرات

يعتبر السائح الناصح صاحب الخبرة عميلاً ناقداً سواء في حياته اليومية أو في إصدار قرارات السفر لقضاء أجازته, كما أنه سيحاول ترتيب رحلته بمنتهى الدقة ويحاول الاستفادة من كل ساعة يقضيها في الدولة التي يقصدها في اكتساب خبرات تشبع دوافعه وذكريات سعيدة تستمر معه إلى أطول وقت ممكن بعد عودته إلى الدولة التي يقيم فيها, وهذا يسمى الصورة السياحية التي تكونت لدى السائح وتعرف على أنها "ادراك ذاتي من السائح للعناصر الموضوعية والخاصة بمقصده المتمثلة في المعطيات الطبيعية والبنية السياحية وسهولة الوصول والظروف السياسية والظروف الاجتماعية ... الخ".

ولعل علاج ذلك يكمن في التخطيط السياحي السليم الذي يقوم على تنمية المراكز السياحية المتكاملة دون المشروعات الصغيرة المنفردة, فالفوائد الاجتماعية والحضارية التي يمكن أن تحققها السياحة لا يتصور أن تتحقق إلا عن طريق تنمية العلاقات المنظمة بين السائحين وبين البيئة الطبيعية والاجتماعية وما يمكن أن توفره لهم من تجارب وخبرات هم في حاجة إلى تحصيلها خلال رحلتهم ولعلها تكون هي الباعث والدافع الحقيقي لهم على زيارة الدولة أو المنطقة السياحية, ولا توجد قواعد ملزمة تحدد حجم ومستوى هذه المراكز السياحية المتكاملة بل أن المستوى والحجم والأبعاد تختلف حسب موقعها وحسب حجم الطلب الحالي والمتوقع, ولكنها كلها يجب أن تشترك فيها يمكن تسميته بالبعد الإنساني وهو ما يشع شعوراً بالدفء والأمان والاختلاف.

ثانياً: دعم التخطيط المحلي للتنمية السياحية المحلية المتوازنة

لمواجهة المشاكل الناجمة عن حالة اللاتوازن في التنمية الحالية والمستقبلية لابد من البحث عن سياسات واستراتيجيات جديدة من أجل تنمية متوازنة مستدامة, ويتم ذلك بالاعتماد على اعادة التوزيع جغرافياً والنشاطات الاقتصادية والاجتماعية وشبكات النقل واستعمالات الأراضي بهدف تخفيض الضغط عن تلك المراكز الحضرية الكبرى, وذلك ضمن رؤية ومبادئ التنمية المستدامة التي تسعى إلى تحقيق التوازن ما بين التنمية الاقتصادية والعدالة الاجتماعية وحماية البيئة والإدارة الرشيدة التي تضمن مشاركة المجتمع المحلي في عملية التنمية, وقد تأكد أهمية تفعيل العمل بالتخطيط الإقليمي كأداة لتحقيق التنمية المتوازنة منذ خمسينيات القرن المنصرم في مؤتمر الأمم المتحدة بأن "أسلوب التخطيط الإقليمي وحده القادر على معالجة المشكلات التي تصاحب النمو السريع والازدحام المخيف في المدن (حضر وريف) , بما يقدمه من وسائل علمية وطرائق فنية, لتحقيق التنمية الإقليمية المتوازنة للمناطق الريفية والحضرية على السواء في جميع أنحاء البلاد أو إقليم معين "

كما وضح البنك الدولي مجموعة من السياسات العامة للتنمية الحضرية والإقليمية من أجل البلدان التي في طريقها إلى التنمية, وتعتمد استراتيجية التنمية المتوازنة على تخطيط المدن والأقاليم لحل المشاكل وذلك من خلال وضع خطط ومشروعات وبرامج عمل يتم من خلالها معالجة المشكلات وتحقيق التنمية المتوازنة والمستدامة, وتكمن اهمية التخطيط الإقليمي الداعم للتنمية المتوازنة في ما يأتي:

- وسيلة لتنفيذ الخطط الوطنية وتحقيق أهدافها.
- يحقق التنسيق بين هيئات التخطيط المختلفة.
- يمكن من تحقيق المشاركة الشعبية في مواجهة مشكلاتها المختلفة وحلها.

- يعمل على تقسيم العمل بين أقاليم الدولة الواحدة.
- يقدم صورة واقعية عن الإمكانات والموارد البشرية والطبيعية لكل إقليم.

وكما مبين في شكل (7-2) أن التخطيط الإقليمي هو أداة وليس هدفاً , كونه أسلوب من أساليب التخطيط يسعى لتحقيق هدف التنمية الإقليمية المتوازنة , مع أخذ بالحسبان الأبعاد المكانية لعملية التنمية , ويشترك في العمل العديد من الجهات المعنية مثل (الإدارة المحلية, والصناعية, والزراعة والري, والسياحة وغيرها) على أن تكون هناك جهة مرجعية واحدة للتنسيق بين تلك الجهات كلها, ذات المصالح المتضاربة أحياناً, بما يضمن التوازن ما بين القطاعات المختلفة لتحقيق التنمية المستدامة من جهة , وبما يضمن أيضاً التكامل والتنسيق الأفقي وعدالة التوزيع ما بين المحافظات من جهة أخرى , ولا يمكن أن يتم ذلك دون وجود تنسيق عالي المستوى ما بين الجهات المركزية فيما بينها يتكامل عملها مع أجهزة إدارة إقليمية كفؤة ومشاركة شعبية واسعة التي تحقق مجتمعة التنمية المتوازنة مكانياً والمستدامة زمنياً.

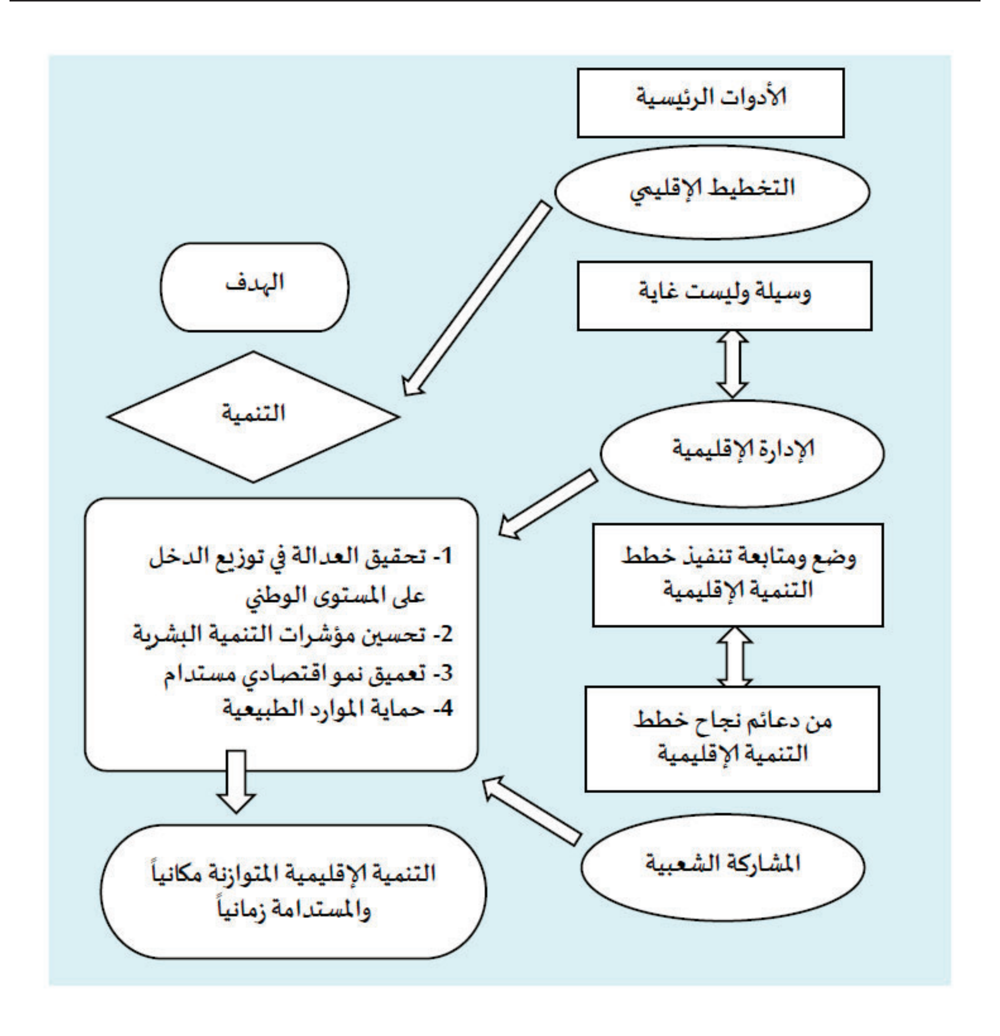
في حين أشار إلى سياسات مقترح اعتمادها التخطيط الإقليمي في ضوء خلق تنمية متوازنة سياحية لدى جميع أقاليم الدولة:

1- توحيد طرق وأساليب التخطيط الإقليمي فمثلاً: خطة إقليم المركز اعتمدت التخطيط بالأهداف وخطة الإقليم الآخر اعتمدت تطوير المصادر المتاحة للإقليم.
2- أن تكون عملية التخطيط الإقليمي لجميع الاقضية وحدة واحدة وليست لكل قضاء على حدة.
3- تكامل التخطيط الاقليمي مع التخطيط الحضري على مستوى البلديات والمجالس الضرورية والاقاليم.
4- تحديد حدود الأقاليم وتحضير خطط إقليمية لها.

5- أن يكون التخطيط الإقليمي جهداً مستمراً وأن تجهز الخطة الوطنية قبل اعـداد الخطـة الاقليمية بسنة واحدة على الاقل لتتوافق معها.

6- أن يجري توزيع المشاريع بين مختلف الأقاليم مما يساعد في تقليص التفاوت بين الاقاليم مع الأخذ بعين الاعتبار: الحجم السكاني ودرجة التخلف الاقتصادي والحد من الهجرة الى مناطق التمركز السكاني.

7- أن يجري تنظيم أو وضع مخططات هيكلية لاستعمالات الارض وتوفيرها للأغراض العامة والاسكان.



الشكل (7-2) دعم التخطيط المحلي للتنمية السياحية المحلية المتوازنة

المصدر: الباحث بالاعتماد على: اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الاسكوا) , تطبيق مؤشرات التنمية المستدامة في بلدان الاسكوا: تحليل نتائج, الامم المتحدة , نيويورك,2001, ص 44.

المبحث الثالث

استراتيجيات التنمية السياحية المتوازنة

تتنوع الاستراتيجيات المتبعة لتصحيح اختلافات التوازن بين الأقاليم والفوارق الإقليمية بتعدد الأهداف التي يسعى التخطيط القومي الى تحقيقها وهي كما يلي:

1- استراتيجية التنمية الإقليمية المتوازنة

وجد مبدأ التنمية المتوازنة في نظرية الدفعة الكبيرة (Big Push) لـرودان (Rosentein Roden) في عام 1943م, وقد عبر عنها بالدفعة الكبيرة, وذلك لأنها على شكل استثمارات صناعية عالية المستوى, لغرض تجاوز العقبات الاقتصادية وبالتالي تحقيق التنمية.

إن استراتيجية التنمية الإقليمية المتوازنة تعني التوزيع المكاني للاستثمارات لا سيما الاستثمارات الصناعية ضمن الإقليم وعدم حصرها في مراكز أو مناطق محددة, أي عدم تركز مشاريع التنمية وفي مقدمتها المشاريع الصناعية في مناطق محددة, إذ إن تحقيق تنمية إقليمية متوازنة تتم من خلال التوزيع المكاني للأنشطة الاقتصادية في أماكن متعددة وتوزيع الدخول وتقليل الفوارق الإقليمية بين مستويات التطور الاقتصادي والاجتماعي والعمراني بين الأقاليم أو المناطق المختلفة داخل الإقليم الواحد, لكن نجد فاعلية أنموذج النمو المكاني المتوازن تكون ضعيفة في المراحل الأولى بسبب ضعف إمكانية حشد الوفورات الاقتصادية والتكاليف العالية لتطوير البنى الأساسية, في حين تكون أكثر قدرة في تحقيق معدلات للتنمية الاقتصادية في المراحل اللاحقة, ويتطلب النمو المكاني المتوازن عند اعتماده ما يأتي:

1- استثمارات كبيرة وقدرة على الاستثمار وتحمل تكاليف عالية لتطوير البنى الإرتكازية.
2- القبول بمستويات أو معدلات غير عالية للنمو وبالتالي تحقيق مردودات اقتصادية لعمليات التنمية الإقليمية المحدودة في المراحل الأولى.

وتعتمد استراتيجية التنمية الإقليمية المتوازنة بشكل رئيسي على حجم السوق, فضيق حجم السوق يضعف الحافز على الاستثمار, ولذلك تبحث هذه الاستراتيجية في دوافع السوق وكيفية تكوينها بالشكل الذي يؤدي إلى زيادة الاستثمار, وتتمثل سياساتها الأساسية في توجيه الدفعة القوية نحو جبهة عريضة من المشاريع (المنشآت الصناعية) المتكاملة, على أساس أن كل مشروع من هذه المشاريع سوف يوجد سوقاً لغيره من المشاريع من خلال ما يوزعه من دخول, الأمر الذي يؤدي إلى إيجاد مستويات أعلى للطلب تفتح فرصاً أكبر لإنجاح جميع المشاريع في آن واحد.

أن التوزيع العادل للاستثمارات بصورة عامة, والحكومية منها بصورة خاصة يتطلب القيام بدراسة شاملة وتحليل دقيق لواقع حال الأقاليم المختلفة التي ستتوجه إليها تلك الاستثمارات, ويعتقد إن أفضل موقع تتوجه إليه هي المناطق الانتاجية أو الصناعية لضمان نجاح تلك الاستثمارات, وفي ضوء ذلك يمكن أن نحدد أنواع الأقاليم بحسب مستوى التنمية المكانية فيها وكما يأتي:

1- أقاليم كثيفة النشاط الاقتصادي: وهي الأقاليم التي وصل النمو الاقتصادي فيها إلى مستويات عالية جداً, مقارنة بالأقاليم الأخرى خلال مدة زمنية معينة.
2- أقاليم متخلفة في النشاط الاقتصادي: وهي الأقاليم التي تخلفت خلال مدة الثورة الصناعية, ونتيجة لصعوبة استبدال صناعاتها المتدهورة بأخرى حديثة, الأمر الذي أدى إلى تخلف في النشاط الاقتصادي والاجتماعي.

3- أقاليم معيقة للنشاط الاقتصادي: وهي الأقاليم التي تواجه مشكلات مختلفة تعيقها من الإسهام في عمليات التنمية المكانية والصناعات الحديثة والتي لها دور في عدم تغيير الهيكل الاقتصادي المكاني.

وتأخذ استراتيجية التنمية الإقليمية المتوازنة بالحسبان سياسة توجيه أو نقل الاستثمارات لأهميتها في إمكانية الإسهام في التوزيع الإقليمي المتوازن للاستثمارات الصناعية, حيث يتركز مضمونها على تشجيع حركة الصناعة والاستثمارات من خلال توجيهها نحو المناطق الفقيرة إذ يكون الضغط على الموارد بصورة أقل, وتتأثر حركة الصناعة بشكل سريع بمحددات التنمية في الأقاليم القوية ويجذب الحوافز المالية في المناطق الفقيرة, إذ تعد الأكثر ملائمة في جعل الأقاليم الطاردة للسكان أقاليم جاذبة من خلال توفير فرص عمل فيها وتشجيع المستثمرين الجدد بالتوجه نحو تلك الأقاليم الفقيرة حيث يتم ذلك بتوقيع استثمارات جديدة في المنطقة أو نقل الاستثمارات إليها فضلاً عن توفير جميع الظروف الملائمة والمحفزة لجذب تلك الاستثمارات إلى المناطق الفقيرة كتطوير البنى الارتكازية والخدمات الأساسية العامة عند تطبيق هذه الاستراتيجية فإنها تؤدي إلى استثمار الموارد غير المستغلة سابقاً لاسيما الموارد البشرية, بالرغم من تباين الكفاءة الإنتاجية للأيدي العاملة في المناطق الفقيرة التي تتميز معظمها بقلة مهارتها قياساً بالعاملين في الأقاليم المتطورة, وأنها عند توفيرها فرص عمل في المناطق الفقيرة وتشغيل العمال من العاطلين غير الراغبين في الهجرة, تؤدي إلى زيادة الناتج الإقليمي والقومي وزيادة الدخول, ما يمثل المنفعة الاقتصادية لها, أما بالنسبة للمنفعة الاجتماعية لهذه الاستراتيجية فتتمثل في تقليص معدلات الهجرة والبطالة ورفع مستويات المعيشة ونمط الحياة الاجتماعية في الإقليم.

إن إتباع هذه الاستراتيجية يؤدي إلى إيجاد حالة التوازن بين المناطق الفقيرة والمناطق المتطورة, إذ أن الاستفادة من الأيدي العاملة الفائضة تدفع للعمل على تركيز النشاطات الاقتصادية الجديدة في هذه المناطق, وتشجيع أصحاب رؤوس الأموال لتوظيفها فيها لزيادة جاذبيتها إلى النشاطات الاقتصادية وفي مقدمتها النشاط السياحي والمجال الصناعي, وإن الحوافز والمساعدات الحكومية في الدول النامية تؤدي الدور الرئيسي في توفير الظروف الملائمة للاستثمارات من أجل دفع عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المناطق قليلة النمو, ورغم تمتعها بمزايا عديدة إلا إن هنالك بعض المآخذ عليها من بينها التدخل في حرية تحديد المواقع الصناعية وتوجيهها, إذ يؤدي ذلك إلى تدني الكفاءة وانخفاض النمو الاقتصادي القومي, كما أن رأس المال الجديد المستثمر غالباً ما يأتي من خارج المنطقة المعانة مما يولد فائدة كبيرة داخل الإقليم بسبب عائدية مردودات هذا الاستثمار خارج الإقليم فيكون تأثير المضاعف منخفض على الإقليم, ويمكن أن نجمل ما تعرضت له هذه الاستراتيجية من انتقادات بالآتي:

- عجز الدول المتخلفة عن تهيئة رؤوس الأموال والموارد الطبيعية من أجل تحقق نمو متوازن كبير من القطاعات مرة واحدة.
- عجز تلك الدول عن توفير الملاك الإداري والفني اللازم لإدارة هذا العدد الكبير من الصناعات مرة واحدة وتنظيمه.
- إن توزيع الاستثمارات على عدد كبير من الصناعات في وقت واحد يؤدي إلى قيام مجموعة من المشاريع الصناعية الصغيرة ذات الكفاءة الإنتاجية المنخفضة التي لا تتمكن من منافسة الأسواق العالمية في المدة القريبة.
- إن هذه الاستراتيجية تفرض بدء عملية التنمية من لا شيء , بينما الواقع يؤكد أنه لابد من وجود قرارات استثمارية سابقة في مجال التنمية.

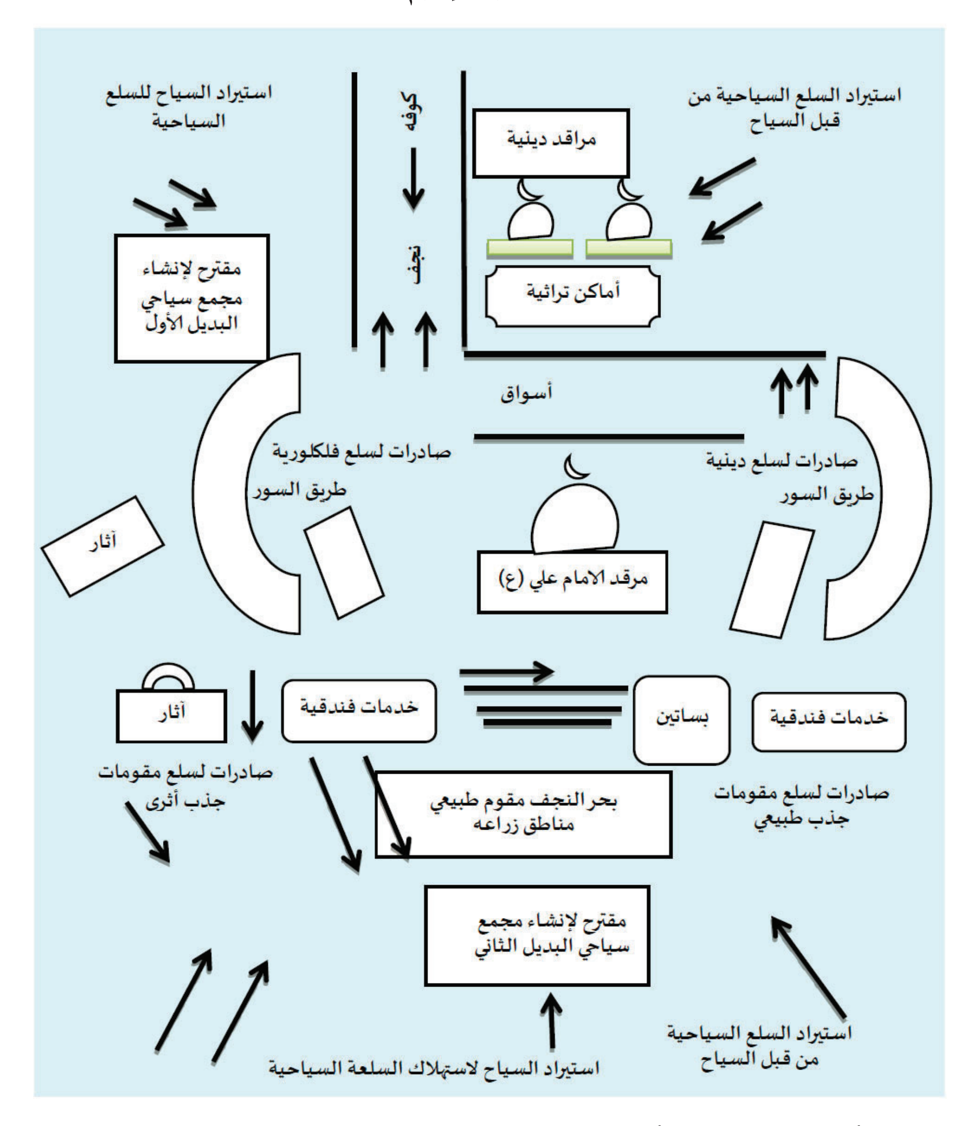
إلا أنه يمكن التوصل إلى التوازن على المدى البعيد وضمن أولويات التنمية المكانيـة عـلى شـكل دفعـات متعاقبـة ولـيس دفعـة واحـدة مـن أجـل موازنـة ضـخ الاسـتثمارات إلى تلـك النشاطات الاقتصادية المراد تطويرها.

2 - استراتيجية تنمية الإقليم من الداخل

تعد إحدى النظريات الأساسـية للتنميـة السـياحية المحليـة المتوازنـة وخصوصـاً الأقـاليم الفقيرة (وهي الأقاليم التي تفتقر إلى الموارد الاستخراجية الطبيعية كـالنفط والغـاز...الـخ) إلا إن هذه النظرية تفـترض بوجـود قـوة دافعـة (Motive Forces) لعمليـة التنميـة الإقليميـة تنبثق من هذه العملية من داخل الإقليم بحيث تصبح تلك القـوة الدافعـة بمثابـة المنجـزات التي تعمل على نمو الصادرات وترجع خلفية هـذه النظريـة إلى (اقتصـاديات الـتحضر حيـث يمثل اقتصاد المدينة أو الإقليم في تلك الأنشطة التي تسمح بـالتوازن المتناسـب بـين صـادراتها بحيث تؤدي إلى النمو ويمكن ان يكون من بين هذه الأنشطة السياحة أو خدمات النقل.

ويمكن استخدام هذه الفكرة بطريقة أشمل وأوضح في الإقليم وذلك عندما يكون الطلب على نشاط أو نشاطين في الإقليم كنشاط السياحة بأنواعها أو التجـارة أو الزراعـة أو الصـناعة وهو الذي يحدد الطلب على بقية الأنشطة الأخرى وبنفس الوقت يعمل عـلى تنميتهـا, مثـل ذلك مدينة النجـف أو إقلـيم النجـف الـذي يعتمـد بالدرجـة الأولى عـلى النشـاط السـياحي والتجاري كونه أحد الأقاليم الحدودية, فالطلب على السلع السياحية والسلع التجارية في هذا الإقليم نقطة استقطاب لتصدير واستيراد هذه السلع كما موضح في شكل (3-7) .

شكل (7-3): تنمية الإقليم من الداخل



المصدر : أ. د. خليل إبراهيم أحمد المشهداني, التخطيط السياحي والفندقي, مكتب الغيداء, بغداد - العراق , 2016, ص 105.

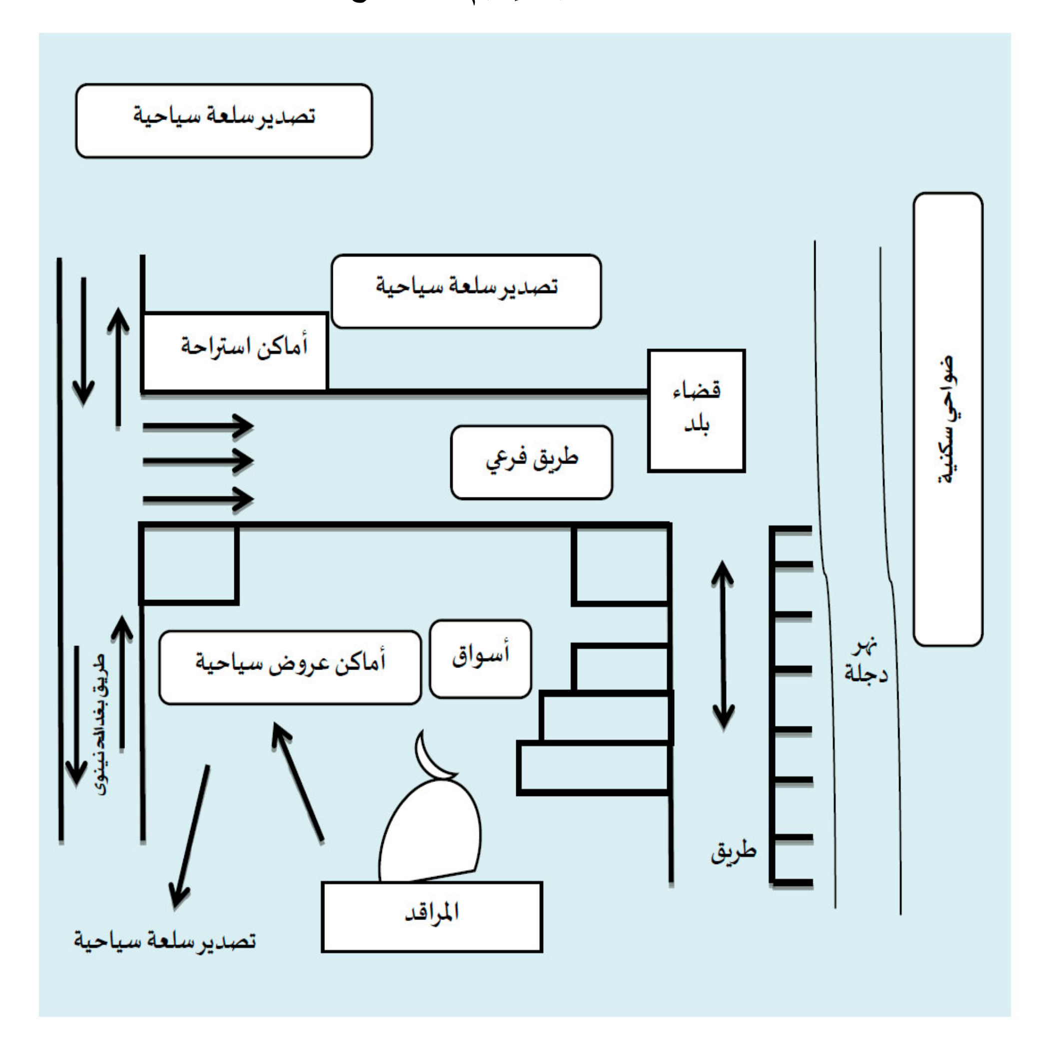
بما أن هذا الإقليم يتميز بامتلاكه لمرقد الإمام علي (عليه السلام) والذي يعد نقطة استقطاب العديد من الزوار من البلد وخارجه, فعملية تطوير الخدمات السياحية في هذا المكان المقدس كصادرات سياحية, كذلك الحال من خلال تطوير النشاط التجاري والذي يمثل أساساً اقتصادياً للإقليم فإن ذلك سيؤدي الى تحقيق التوازن سياحياً بين مختلف الأقاليم داخل المنطقة وسيؤدي إلى تحقيق نوع من الطلب على النشاطات والخدمات والفعاليات السياحية والترفيهية وزيادة الأماكن الدينية والأثرية بحيث تصبح أماكن القصد السياحي بخدماتها وفعالياتها عروضاً مهمة لجذب الزوار كما يولد أساساً اقتصادياً مهماً للإقليم, وعن طريق استثمار واستغلال تلك الموارد السياحية (مقومات الجذب السياحي) سوف تزداد صادرات الإقليم وتولد آثاراً إيجابية تؤثر في توفير فرص عمل وارتفاع الأجور وزيادة النمو في مستويات الدخول لدى الأفراد من خلال تنمية بعض الصناعات الفلكلورية النادرة كما أنها تساعد على زيادة الهجرة والجذب السكاني للإقليم وارتفاع المستوى الاقتصادي والاجتماعي لسكان المدينة والإقليم.

وعليه يمكن الاستفادة من هذه الاستراتيجية في تنمية قضاء عين التمر أيضاً لإمكانية نمو أنشطة سياحية وزراعية وتجارية وصناعية من داخل الإقليم تخلق طلباً على منتجاتها المختلفة وتوفر فرص عمل لسكانها وتحسين مواردها المالية ودخولهم وبالتالي سيؤثر إيجابياً على التدفق السياحي العام لمحافظة كربلاء أيضاً لكن يتطلب التكامل والتنسيق مع المركز.

3- استراتيجية تنمية الأقاليم من الخارج

هنالـك أقـاليم متخلفـة فقـيرة إلى جانـب أقـاليم متقدمـة وغنيـة بمواردهـا الطبيعيـة الاستخراجية حيث أن هذه النظرية تؤكد على أن عملية تنمية الإقلـيم لابـد أن تكـون هنـاك علاقة واتصال بين إقليمين أو أكثر وأن همزة الوصل بـين الإقليمـين أو اكـثر تتمثـل في التجـارة والسياحة والتي تؤدي بالضرورة إلى تنمية الإقليم ولكـن كيـف تحـدث تنميـة الإقلـيم بهـذه العملية, وقد ابتكر ميردال مصطلحين جديدين لهذ الغرض وهما التأثيرات الممتدة (Spread Effects) بين الأقاليم والتأثيرات العكسية المرتـدة (Backward Effects) والـذي يكـون أحـد الأقاليم قطباً لآخر أو أكـثر ويؤكـد (هيرشـمان) عـلى فعـل التـأثيرات المنـتشرة والطـرق الـذي تسلكه الأقاليم الأغنى إلى الأفقر حينما يعتمد الأول إلى تشجيع حركـة البيـع والاسـتثمار مـن الثاني عن طريق التجارة مـما يـؤدي بـالضرورة تنميـة الإقلـيم الفقـير وذلـك بشرط أن يكـون إنتاجها متكامل .

شكل (7-4): تنمية الإقليم من الخارج



المصدر : أ. د. خليل إبراهيم أحمد المشهداني, التخطيط السياحي والفندقي, مكتب الغيـداء, بغداد - العراق , 2016, ص 108.

ويمكن تطبيق هذه النظرية على عدد مـن الأقـاليم أو الأقضـية أو المـدن العراقيـة التـي تمتلك موارد سياحية تعد كأساس اقتصادي فـيما لـو اسـتثمرت اسـتثماراً جيـد بحيـث تصـبح نقطة استقطاب لحركة السكان والنمو الإسكاني وكـما هـو بالنسـبة لمدينـة بلـد بحيـث هـذه المدينة أو القضاء الذي يعتمد على الزراعة فأساسها الاقتصادي الجديد الذي يمكن أن يستثمر لبنـاء القضـاء أو الإقلـيم هـو تـوفر مرقـد السـيد (محمـد بـن عـلي الهـادي) علـيهما السـلام والقياسات العلمية في إنشاء مجمع سياحي ديني يضم كافة الخدمات والفعاليـات السـياحية ذات العلاقة بالسياحة الدينيـة تعـد سـلع سـياحية مصـدرة ذات اسـتهلاك آني مـوقعي فـأن الواردات المتمثلة بحركة الزوار الوافـدين التـي تمـر بـإقليم بلـد قاصـد المرقـد الـديني يوميـاً ستخلق حركة تجارية تعود بالنفع الكبير لهذا القضاء أو الإقليم من خلال حركة المرور وزيادة النقل والخدمات المتعلقة بالعربات مما يؤدي إلى خلق بؤر صناعية عـلى شـكل ورش علميـة منتشرة عند الطريق المؤدي إلى المرقد, وهذا بدوره سيخلق تجمعـات سـكانية ومسـتوطنات بشرية وهذا ما يؤدي إلى انتعاش المنطقة المحيطة بالمزار بكاملهـا وحركـة بيـع وشراء الأراضي المجاورة والمحيطة به يساعد إلى حركة بيع وشراء للمنتجعات الزراعيـة كـما في الشـكل أعـلاه (7-4)

ويمكن تطبيقها على قضاء عين التمر في كربلاء المقدسة لما يمتلكه من المقومات السياحية الأثرية والدينية يتجاوز عددها (20) موقـع سـياحي دينـي اثـري والنهـوض في واقـع القطـاع السياحي وهذا يعكـس اتجاهـات ايجابيـة عـلى المجتمـع وعـلى الواقـع الاقتصـادي والثقـافي وتفعيل أنشطة القطاع الزراعي والتجاري في القضاء في صـورة عامـة بالإضـافة الى القطاعـات الأخرى الخدمية.

4- استراتيجية تدعيم المدن الصغيرة وإقامة مراكز حضرية جديدة

من بين الاستراتيجيات الشائعة في تحقيق التوازن الإقليمي في الدول النامية للحد من نمـو المدن الكبرى وتدعيم المدن المتوسطة والصغيرة الحجم , ويتم ذلك عن طريق تشـجيع بعـض الصناعات عـلى التـوطن في المـدن الصـغيرة, والإجـراء الشـائع في هـذا المجـال هـو أن تحـث الحكومات الشركات الجديدة والقديمـة عـلى التـوطن في منـاطق متطرفـة بعيـدة عـن المـدن الكبرى أو في بعض المدن الصغيرة القديمة, في مقابل منحها بعض المزايا كالإعفـاءات الضريبيـة لفترة معينة, وتدعيم المرافق والهياكل الأساسية لهـذه المـدن, ومـع ذلـك فـإن النجـاح الـذي حققته الدول النامية في مجال إقليمية الصناعة في مناطق متطرفة أو مدن صـغيرة قـد تـؤدي إلى إحجام الشركات الأجنبية الكبرى عن استثمار أموالها في دول العالم الثالث.

وتميل بعض حكومات الدول النامية إلى تقـديم حـوافز وإغـراءات لجـذب الصـناعات إلى مواقع جديدة, فعلى سبيل المثال نجد "برنامج الحـدود" في المكسـيك يشـجع شركـات أمريكـا الشمالية على الإفادة من العمالة المكسيكية الرخيصة , وتجميع منتجـات صـناعية لتصـديرها إلى الولايات المتحدة, وفي البرازيل تمتعت الشركات الصـناعية التـي توطنـت في مـدن الشـمال الشرقي الفقيرة بإعفاءات ضريبية عاليـة, وبـرغم ذلـك كلـه فـإن النتـائج المترتبـة عـلى هـذه الحوافز والإغراءات الضريبية في مجال التوازن الإقليمي ما تزال محدودة بسبب غياب خطـط تنموية شاملة في كثير من الدول النامية.

ومن أجل تحقيق التوازن الإقليمي تسعى بعض الـدول الناميـة إلى إقامـة مـدن جديـدة لتكون بمثابة مراكز جذب سكاني تخفف وطأة الضغط على المدن القديمة, وهنا يمكننا التمييز بين أنواع مختلفة من المدن الجديدة وهي:

1- مدن تستخدم كمناطق سكنية يقنطها سكان مدينة كبرى مجاورة

في هذا النوع من المدن فغالباً ما يتخذ شكل توابع حضرية على نحو ما هو مألوف في بريطانيا, وغالباً ما تنشأ هذه التوابع في إطار مواجهة المشكلات والصعوبات التي تعاني منها المدن القديمة, وفي مصر ظهرت مجموعة من التوابع الحضرية المجاورة للقاهرة في محاولة لمواجهة النمو السكاني المتزايد من ناحية, وتخفيف العبء عن المدينة الأم من ناحية أخرى.

2- مدن يعيش فيها سكان يعملون في مناطق تعدينية جديدة

هذا النوع من المدن الجديدة ينشأ في مناطق التعدين بما في ذلك حقول استخراج البترول والحديد والألومنيوم, والواقع أن الدور الذي يمكن أن تلعبه هذه المدن التعدينية في مجال التوازن الإقليمي محدود للغاية بسبب عجزها عن جذب أعداد كبيرة من السكان نظراً لاعتمادها على التكثيف الرأسمالي, لذلك فإن هذه المدن تخدم أهدافاً قومية بأكثر مما تؤدي وظائف إقليمية, والمدن الجديدة تعرف " بأنها المدينة المصممة للحياة الصحية والنشاط الصناعي وغير كبيرة ولكن بحجم يسهل الحياة الاجتماعية فيها ومحاطة بحزام أخضر وأن جميع الأرض المقامة عليها تعود الى ملكية العامة "

3- مدن تقام كعواصم سياسية جديدة

في هذا النمط من المدن الجديدة يمثل في عواصم بعض الدول النامية التي تكون واجهة عصرية جديدة من ناحية, ولتسهم في حل مشكلات العواصم القديمة من ناحية أخرى, وأن الحكم على كفاءة سياسات التنمية المتوازنة يجب أن ينبع من قدرة هذه السياسات على مساعدة فقراء المناطق الريفية والأقاليم التابعة لمركز المدينة والحد من الهيمنة الحضرية التي تمارسها المدن الكبرى , وإذا ما اعتمدنا على هذا المعيار كأساس للحكم , فإننا نجد أن الدول النامية لم تحقق في مجال تنمية التوازن الإقليمي إلا

القليل , فما تزال المدن الكبرى تواصل نموها وتستأثر على نصيب الأسد من الاستثمارات القومية , بينما تناضل المدن الصغرى والمناطق الريفية من أجل الاستمرار في البقاء , وإذا كنا نذهب هنا إلى أن برامج تنمية الأقاليم هي مطلب ضروري ضمن اطار خطة شاملة للنهضة القومية, فإن الدعائم الأيديولوجية لهذه النهضة يجب أن تكون واضحة كل الوضوح.

ويكشف لنا ذلك كله عن حقيقة أساسية هي أنه في غياب مشروع التنمية المتوازنة بين الأقاليم لا تستطيع الدول النامية تحقيق ما تصبو إليه من توازن الإقليمي, ذلك أن هذا التوازن الإقليمي ليس مجرد انعكاس لسياسة مكانية يمكن تحديدها في ضوء مفاهيم التخطيط والهندسة المعمارية, ولكنه قبل ذلك كله, وبعد ذلك كله, تجسيد لمستوى من التطور الاجتماعي, وتعبير عن قوى اجتماعية قادرة على احتكار المكان بقدر ما هي قادرة على توجيه الزمان.

الفصل الثامن

تجارب دولية

ويشتمل هذا الفصل على النقاط التالية:

- ✍ **التجربة الاولى: دولة الإمارات العربية المتحدة**
- ✍ **التجربة الثانية: دولة الجزائر**
- ✍ **التجربة الثالثة: دولة غانا**
- ✍ **التجربة الرابعة: اسبانيا**

الفصل الثامن

تجارب دولية

التجربة الاولى: دولة الإمارات العربية المتحدة

المبادئ العامة للدولة

تأسست دولة الإمارات العربية المتحدة على مبادئ التسامح والأنفتاح تجاه الشعوب والثقافات المختلفة، حيث تنبع هذه المبادئ من رغبة الدولة في بناء علاقات سياسية واقتصادية واجتماعية على الصعيد الدولي، كأداة لإرساء أسس الاستقرار والتنمية والتعايش السلمي.

ويعد الانفتاح على العالم من السمات الأصيلة في سياسة الدولة الخارجية، وهو يعكس طبيعة مجتمعها المحلي الذي يتسم بالانفتاح على الثقافات والحضارات المختلفة، كما يعكس الرسالة السامية التي تحملها الدولة منذ عهد المغفور له (الشيخ زايد بن سلطان آل نهيان) والتي تتمثل في الدعوة إلى السلام العالمي والعمل من أجله من خلال إقامة علاقات واسعة والتواصل مع دول العالم المختلفة وتحقيق الاستقرار في المنطقة.

كما تؤمن دولة الإمارات العربية المتحدة أن انفتاح الدول والمجتمعات على بعضها بعضا من شأنه أن يعمق أواصر الصداقة والتقارب، ويكرس الصور الإيجابية المتبادلة فيما بينها، على نحو يدعم أجواء السلام والتفاهم والحوار على المستوى العالمي، فيما يؤدي الانغلاق والتوقع على الذات إلى زيادة عوامل الصدام والخلاف وتكريس الصور النمطية السلبية بين المجتمعات المختلفة وتأكيداً لهذه الرؤية، تعمل دولة الامارات العربية المتحدة على مدّ جسور التواصل والانفتاح مع مختلف دول العالم وشعوبه،

وترجمة ذلك إلى أفعال وسياسات على المستويين الداخلي والخارجي، حيث تربط الدولة حالياً بعلاقات دبلوماسية مع ما يقرب من 182 دولة.

دورها الإنساني العالي، حتى أصبحت عنواناً للخير والعطاء، حيث بلغت التقديرات النهائية لمساعدات الإمارات الإجمالية في عام 2011 ما يزيد على 7.74 مليار درهم 2.11 مليار دولار امريكي، وقد بلغت نسبة المساعدات الخارجية للدول خلال عام 2011 (0.62%) من ناتجها المحلي الإجمالي.

أما داخلياً فتمتلك الدولة سجلاً حافلاً وراسخاً من التعايش والتسامح الديني والثقافي بين سكانها، حيث يقيم حاليا على أرضها أكثر من 200 جنسية، وفرت لهم الدولة قانوناً يحمي معتقداتهم ويحترم أعرافهم وتقاليدهم ويوفر لهم حرية ممارسة شعائرهم في جو يتسم بالعدالة والشفافية التي لا تسمح للتعصب الديني أو المذهبي أو العرفي أن ينمو فيها، كما أن الجهود التي تبذلها الدولة من خلال الفنون والثقافة والسياسات التعليمية، ساهمت في إيجاد مستوى أعمق من التفاهم والتسامح وأدت إلى رفع مستوى الوعي والاحتفال بالتراث العالمي، فضلاً عن تراثها الخاص، وتجسد دولة الإمارات العربية المتحدة مثالاً حياً للتفاعل الإيجابي والبناء بين الثقافات المختلفة واللغات والأجناس والأعراق والمعتقدات، وهو ما يؤدي إلى تعايش سلمي في هذا المجتمع المتنوع.

التنمية السياحية في دولة الإمارات العربية المتحدة

إن دولة الإمارات العربية المتحدة تنتهج الاقتصاد المفتوح القائم على أساس حرية التجارة والتبادل التجاري والانسياب السهل للأموال والخدمات بغية تطوير الاقتصاد القومي وتنويع مصادر الدخل، كما تهتم الامارات بتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية على أساس متوازن بالنسبة للدولة ككل وعلى مستوى الإمارات، وأن يتم النمو الاجتماعي المتوازن جنباً إلى جنب مع التنمية الاقتصادية.

وكانت الامارات قد انضمت لقائمة أفضل 15 اقتصاداً في العالم، بعدما صنفت بين أفضل 20 دولة وفق تقرير التنافسية العالمي 2014 – 2015، الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي، وفي تسعة تقارير عالمية أخرى للتنافسية، من بين 12 تقريراً رئيسياً تصدر سنوياً عن المؤسسات الدولية، حيث تقدمت في العام 2014 – 2015 في الترتيب العام وحققت الإنجازات التالية:

1- الأولى عالمياً في جودة الطرق، وغياب الجريمة المنظمة، واحتواء آثار التضخم.
2- الثانية في الاستثمار الأجنبي المباشر.
3- الثانية عالمياً في قلة تأثير الجريمة على قطاع الأعمال.
4- الثالثة عالمياً مؤشر مشتريات الحكومة من التكنولوجيا المتقدمة.
5- الثالثة عالمياً في البنية التحتية للنقل الجوي.
6- الأولى عالمياً في جودة الطرق ومؤشر جودة البنية التحتية للنقل الجوي 2015.

تدعم هذه المقومات السياحية المتنوعة بنية تحتية عالمية، تبدأ مع لحظة الوصول السائح عبر ناقلات وطنية هي الأفضل عالمياً ومطارات دولية ذات الإمكانات والمعايير العالمية، فضلاً عن الفنادق المتعددة بفئاتها المختلفة، وكذلك الخدمات الفائقة الجودة، فضلاً عن تقاليد الضيافة والترحاب الإماراتية، وعوامل الأمن والاستقرار الأمان التي تأتي في صدارة أولويات السائح.

التنمية المحلية في دولة الامارات العربية المتحدة

تعمل في قطاع السياحة بالدولة عدة مؤسسات وهيئات حكومية، من أهمها هيئة أبو ظبي للسياحة، وشركة التطوير والاستثمار السياحي أبو ظبي، وشركة أبو ظبي الوطنية للفنادق، ودائرة السياحة والتسويق التجاري بدبي، وهيئة الإنماء التجاري والسياحي بالشارقة، ومكتب الفجيرة السياحي، ودائرة السياحة برأس الخيمة.

كـما أن الحكومـة قامـت بتطـوير الإطـار القـانوني والتشريعـي، حيـث أدت السياسـات والإجراءات والأحكام القانونية المتبعة إلى خلق مناخ موات ومنفتح يدعم الاستثمار الأجنبـي، كالحرية الممنوحة للشركات الأجنبية في تحويل رؤوس أموالهـا والأربـاح التـي حققتهـا داخـل الدولة إلى الخارج دون قيد أو شرط، كما وفر التملك الكامل للمشاريع وإن كان مقتصراً عـلى المناطق الحرة وعدد معين من المشاريع العقارية حوافز كبيرة للاستثمار الأجنبي.

وساهمت السياسة المالية من خلال الإعفاءات الضريبية في رفع ربحيـة مشـاريع القطـاع الخاص وتشجيع الاستثمارات المحلية والاجنبية.

الاستثمار المحلي

على جانب الاستثمارات المحلية، فقد نفذت الدولة استثمارات بلغت حوالي 309.2 مليـار درهم عام 2012، وبزيادة بلغت نسـبتها 9.8% مقارنـة بعـام 2011، والتـي عكسـت بشـكل واضح اهتمامات التنمية في الدولة، حيث استحوذت القطاعـات الانتاجيـة عـلى حـوالي 38% من إجمالي تلك الاستثمارات، خاصة في مجال الصناعة والنفط والكهرباء والماء، كما مثل قطاع الخدمات الانتاجية ما نسبته 41.8% من إجمالي الاسـتثمارات عـام 2012، وخاصـة في مجـالي العقارات والنقل والمواصلات.

الاستثمار الأجنبي

كشف تقرير الاستثمار العالمي لسنة 2009 أن تراجع تدفقات الاستثمار الاجنبـي المبـاشر الوافـدة إلى الإمـارات العربيـة المتحـدة بنسـبة 3.4% إلى 13.7 مليـار دولار يعـزى إلى الآثـار السلبية التي خلفتها الأزمة المالية العالمية على النشاط السياحي والعقـاري والمصرفي وخاصـة في إمارة دبي.

إلا أنه عاود النمو بشكل كبير خلال النصف الثاني من عام 2009 وبدأ ذلك واضحاً في ارتفاع نصيب دولة الامارات العربية المتحدة من إجمالي عدد السائحين القادمين إلى منطقة الشرق الاوسط وشمال إفريقيا إلى نحو 20% وفقاً لبيانات مؤسسة "بزنس مونيتور إنترناشونال" وقد "مجلس السياحة والسفر العالمي" الإيرادات السياحية الاماراتية في نهاية عام 2010 بنحو 22.2 مليار دولار ما يعني أن هذه الإيرادات قد تخطت مستوياتها خلال الفترة التي سبقت الأزمة المالية.

واستمراراً للأداء السياحي المزدهر فإن الامارات العربية المتحدة تخطط لضخ 233 مليار دولار كأستثمارات سياحية جديدة على مدار العقد الجاري وفقاً لبيانات " دائرة السياحة والتسويق التجاري" بإمارة دبي، وهو ما يزيد على أربعة أخماس إجمالي الاستثمارات السياحية المزمع تنفيذها في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية على مدار العقد، ويضعها في مقدمة دول منطقة الشرق الأوسط كأكبر مستثمر في قطاع السياحة وفقاً لبيانات " مجلس السياحة والسفر العالمي "

وتشير الأرقام الواردة في التقرير الاستثمار العالمي لعام 2014 إلى أن دولة الإمارات العربية المتحدة وخلال عام 2013 قد أصبحت الواجهة الثانية على مستوى دول غرب آسيا في قيمة التدفقات السنوية للاستثمارات العالمية بعد تركيا والأولى عربياً، وحققت دولة الامارات العربية المتحدة نمواً ملحوظاً في جذبها للاستثمارات الأجنبية، حيث نمت قيمة تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر الداخل إلى الدولة بنسبة 162% لترتفع قيمها من 4 مليار دولار في عام 2009 إلى 10.49 مليار دولار خلال عام 2013 كما بلغ رصيد الاستثمار الأجنبي المباشر الداخل إلى الدولة حتى نهاية عام 2013 قرابة 105.5 مليار دولار، وقيمة رصيد الاستثمارات الإماراتية في الخارج 63.2 مليار دولار لنهاية 2013 وتتربع على صدارة قائمة الدول العربية المستثمرة في الخارج من حيث الرصيد.

ونتيجة لهذا الاستثمار السخي يوقع أن يحق القطاع نمواً في ناتجه المحلي الإجمالي بنحو 5.7% سنوياً على مدار العقد الجاري، ليرتفع ناتجه إلى نحو 140 مليار دولار وليصل إسهامه في الناتج المحلي الإجمالي للدولة ككل إلى نحو 12.1% في عام 2021 وأن يولد فرص عمل جديدة يقدر عددها بنحو 316 فرصة ليستوعب القطاع نسبة كبيرة من المنضمين الجدد في السوق العمل الوطنية، ويقلص من فرص زيادة معدلات البطالة في الدولة.

ويعد من أسباب الاستثمار في دولة الامارات العربية المتحدة الاستقرار السياسي والاقتصادي والموقع الجغرافي الاستراتيجي للدولة كمدخل للأسواق الإقليمية، ووجود الفرص المتاحة للاستثمار في كافة القطاعات، وكذلك سهولة الإجراءات للاستثمار والبنية التحتية المتوفرة وفوزها في استضافة معرض إكسبو 2020. من خلال ما تقدم يمكن القول أن قطاع السياحة رافداً من روافد التنمية المحلية ومصدراً لتنوع الاقتصاد القومي، فالسياحة تتضمن النواحي المادية والمعنوية للأفراد والمجتمعات على حد سواء، والتنمية السياحية الرشيدة هي التي تقوم على المنافسة في الأسواق العالمية، بمعايير ومواصفات دولية، وبمشاركة المجتمع المحلي في تحديد احتياجاته ومتطلباته.

وعلى خلفية الاهتمام بقطاع السياحة في دولة الامارات العربية المتحدة نخلص إلى ما يلي:

- إن القطاع السياحي في دولة الامارات يقدم نموذجاً مميزاً فهو يعكس أهتمام المسؤولين والقائمين عليه، وتأكيدهم على ضرورة تنويع عوامل الجذب السياحي بالمنطقة، من خلال إستراتيجية سياحية تكاملية يتم التعاون فيها بين كل المؤسسات والهيئات في القطاعين العام والخاص ضمن شراكات قوية، من شأنها عم وتعزيز الاقتصاد الإماراتي.

- استفادة الامارات من الطفرة النفطية، حيث تبنت الدولة سياسة توسعية ركزت فيها على ضخ أموال كبيرة من العوائد النفطية لتطوير وترقية البنية التحتية، من أجل خلق المناخ الملائم لجذب الاستثمارات السياحية الاجنبية.
- ممكن تطوير الإطار القانوني والتشريعي للاستثمار السياحي المحلي والأجنبي من سهولة الإجراءات والأعمال وبالتالي النهوض بالقطاع السياحي.
- توجه الدولة نحو الانفتاح على الاقتصاد العالمي، وعلى الثقافات والحضارات المختلفة، من دعائم الاستقرار السياسي والاقتصادي بما يزيد من فرص تدفق الاستثمارات السياحية الأجنبية، التي تدعم القطاع السياحي ويحقق التنمية المحلية في الامارات.
- يعكس ارتفاع وتيرة الاستثمارات السياحية الأجنبية في المنطقة بشكل واضح اهتمامات التنمية في الدولة، من خلال زيادة الناتج المحلي الإجمالي للدولة وانخفاض معدلات البطالة.
- لا توجد إستراتيجية واحدة للتنمية السياحية يمكن اعتمادها في جميع الدول، وإنما لكل دولة خصوصيتها بما يتناسب مع ظروفها الجغرافية والمناخية والبيئية والاجتماعية والاقتصادية والتمويلية، وبما يتلائم واحتياجاتها مع الطلب السياحي الخارجي والداخلي.
- تعتمد استراتيجيات التنمية السياحية على التخطيط العلمي السليم، وربط القطاع السياحي مع القطاعات الأخرى، تحقيق الأهداف والأفاق المستقبلية للقطاع.
- حوكمة الاستثمار السياحي المحلي والأجنبي في إطار من الشفافية، المساءلة، المحاسبة، ومشاركة المجتمع المحلي من شأنه تحقيق تنمية محلية لأي دولة.

التجربة الثانية: دولة الجزائر

المشكلة

إن ما تتمتع به الجزائر من إمكانات مادية وبشرية وبيئية يؤهلها لأن تكون بلداً سياحياً من الدرجة الأولى، إلا أن غياب الإدارة السياسية للنهوض بهذا القطاع يجعله هامشياً ولا يؤدي دوره الحقيقي، وما غذى هذا التغييب للقطاع السياحة في الجزائر هو الطابع الريبعي للاقتصاد الوطني المعتمد على قطاع المحروقات، وبالخصوص في 10 سنوات الأخيرة التي شهدت ارتفاعاً متواصلا وأسعار قياسية مما در على الخزينة موارد كبيرة جعلت البلد يعيش في رفاهية مالية، غير أن العد التنازلي لنفاذ النفط يستدعي إعادة النظر في رسم السياسة التنموية من خلا إيجاد قنوات بديلة من الموارد لدعم التنمية الاقتصادية.

النتائج

يتميز القطاع السياحي بالعديد من الخصائص ومن بينها خاصيتي المرونة والحساسية تجاه جميع الأنواع المتغيرات (سياسية، اقتصادية، اجتماعية، دينية ثقافية، أمنية...الخ) سواء في البلدان المستقبلية أو المصدرة للسياح، وتتمثل أهم هذه المتغيرات في مستوى أسعار الخدمات السياحي والدخل المتاح للأفراد، مدى توفر العرض السياحي ومستوى الخدمات السياحية، المستوى الثقافي والأمني، وكذا عدد وهيكل السكان، حرية التجارة في الخدمات ومختلف السياسات خاصة الاقتصادية منها المتبعة في البلدان المصدرة والمستقبلة للسياح.

- تعتبر السياحة اليوم صناعة متكاملة تتميز بأتساع انشطتها وتعدد أنواعها، وما يميزها أيضاً أنها كنشاط اقتصادي تؤثر على الكثير من قضايا التنمية خاصة الاقتصادية منها في العديد من الدول التي تهتم بها.

- رغم التحسن المسجل في الطلب السياحي الوافد إلى الجزائر لكنه يبقى ضعيفا مقارنة بالطلب المحقق في دول أقل إمكانيات من الجزائر ومقارنة بحجم الطلب السياحي العالمي.
- يعاني قطاع السياحة في الجزائر من عدة نقائص وضعف في برامج التنمية السياحية وذلك ما عكسه ضعف مساهمة هذا القطاع في قضايا التنمية في الجزائر والاتجاه المتزايد للجزائريين على السياحة في الخارج.
- يعود ضعف الطلب السياحي الوافد إلى الجزائر لضعف العرض السياحي الجزائري والخدمات المكملة له وغلاء الأسعار، بالإضافة إلى ضعف الاستثمار الأجنبي المباشر الوافد.
- هناك اهتمام كبير من طرف السلطات المسؤولة في الجزائر بتحسين وترقية قطاع السياحة من أجل زيادة مساهمته في التنمية الاقتصادية.

الدروس المستفادة من هذه التجربة

1- إنعاش التسويق السياحي والعمل على ادخال وسائل الاتصال والاعلام الحديثة كالأنترنيت في العملية من أجل تحسين صورة الجزائر في الخارج والداخل.
2- تنمية الصناعات الصغيرة والحرفية ذات الطابع التراثي وتلك المرتبطة بشكل أساسي بدعم الصناعة السياحية، وتحديد المواقع المخصصة والصالحة للاستثمار السياحي والعمل على تشجيع الاستثمار الأجنبي المباشر في هذا القطاع.
3- توسيع برامج التنمية السياحية الحالية وأهدافها والعمل على تطبيقها الحسن، مع التركيز على تنمية سوق سياحية داخلية ترضي رغبات الجزائريين.
4- اعتبار التدريب والتكوين السياحي ونشر الوعي الثقافي والسياحي في أوساط

المواطنين عناصر لازمة لعميلة التنمية السياحية، والعمل على إنشاء المزيد من مراكز التدريب والتعليم السياحي الفندقي.

5- مراجعة الاسعار المطبقة للخدمات السياحية مع تقليل الاجراءات الامنية في التعامل مع السائح، والتركيز في خطط التسويق السياحي على عنصر التحسن الأمني المسجل.

6- تكثيف العمل لاستقطاب السائح العربي والتوجه نحو السوق العربية وتفعيل السياحة العربية البينية.

7- العمل على السيطرة على العوامل والمتغيرات المؤثرة بشكل مباشر أو غير مباشر على الطلب السياحي بأنواعها، والتأثير عليها وفقاً للاتجاه الذي يمكن من تنمية عدد السياح الداخلين للجزائر والتقليل من عدد الجزائريين المتوجهين للخارج.

8- تسهيل مهام الباحثين والمخططين السياحيين، من خلال توفير قاعدة بيانات خاصة بالإحصائيات السياحية تكون شاملة لمعظم المؤشرات التي يحتاجها هذا النوع من الدراسات القياسية لضمان نتائج أكثر دقة وأكثر تفسيراً للواقع.

التجربة الثالثة: دولة غانا

المشكلة:

عدم وجود استراتيجية شاملة للتنمية السياحية في غانا مناسبة للمجتمع المحلي.

الهدف هو التنمية السياحية المستدامة والتي تعتمد على التخطيط لتنمية سياحية تحافظ على التراث البيئي والتاريخي والثقافي في غانا.

البرامج والإجراءات التي تم القيام بها

1- إعداد خطة للتنمية السياحية على المستوى الوطني.

2- إعداد برامج عمل وخطة للتمويل المالي للتنمية السياحية.

3- تحديد مشروعات التنمية السياحية ذات الأولوية في التنفيذ وإعداد دراسات الجدوى المختلفة لها.

4- القيام بالدراسات والأبحاث الخاصة بتدريب العاملين بالأجهزة الحكومية العاملة في القطاع السياحي وبقطاع الأعمال السياحي.

5- تبني برنامج لحماية وصيانة القلاع والحصون التاريخية والتي يرجع تاريخها إلى القرنين الخامس عشر والسادس عشر الميلاديين.

6- تخصيص مبالغ نقدية وفروض رسوم دخول إلى المزارات السياحية للإنفاق على برنامج الحماية لهذه المناطق.

7- تنمية طريق العبيد السياحي، وتحويل مراكز بيع العبيد القديمة إلى محطات ترانزيت سياحي توفر فرص عمل ودخول للمجتمع المحلي المحيط بهذه المراكز.

8- التخطيط والتنمية السياحية لمباني القرن التاسع عشر ذات الأهمية التاريخية.

9- برنامج لحماية الحياة البرية عن طريق إنشاء منتزهات قومية بوصفها محميات طبيعية مثل منتزه كاكوم القومي.

10- تنمية السياحة البيئة في غانا من خلال تصميم ثلاثة برامج ورحلات للسياحة البيئية في المناطق ذات الحساسية الخاصة.

11- تنمية مراكز للصناعات الحرفية المحلية في القرى يتم إدارتها بواسطة القرويين.

12- تنمية السياحة الريفية وسياحة المزارع.

النتائج التي ترتبت على هذه التجربة

1- خلق فرص للعمالة ومزيد من الدخول عن طريق فرض رسوم دخول إلى الآثار والأماكن المحمية وكذلك من بيع التحف والتذكارات المحلية.

2- قامت والوكالة الأمريكية للتنمية الدولية USAID بمنح إعانات مالية بصفة منتظمة للتشجيع على استمرارية هذه البرامج.

3- خلق سوق جديد للسياحة في غانا ممثل في السياحة العرقية (سياحة الحنين للماضي) بمعنى قيام السائحين الأمريكان من أصل أفريقي بزيارة مراكز بيع العبيد التي تم فيها بيع أجدادهم الزنوج وترحيلهم إلى الولايات المتحدة الأمريكية.

- الدروس المستفادة من هذه التجربة

يمكن الاستفادة من هذه التجربة في كيفية المحافظة على التراث الطبيعي والتاريخي في الدول التي تمتلك مقومات سياحية متنوعة، فمثلاً يمكن استقطاب شرائح سياحية جديدة من أسواق ألمانيا وإنجلترا وغيرها من دول عن طريق المحافظة على آثار ومخلفات الحرب العالمية الثانية في منطقة العالمين في الصحراء الغربية، أيضاً إمكانية تنمية السياحة البيئية المبنية على الإتزان البيئي ومراعاة الشروط البيئية من خلال رحلات السفاري لمشاهدة الحفريات في منطقة الحفريات في شمال بحيرة قارون في محافظة الفيوم على سبيل المثال.

التجربة الرابعة: اسبانيا

اسبانيا تعتبر من الدول المتقدمة سياحيا واشهر المناطق السياحية (Andalucia – Catalonia -Balearic – (Canary يجمعها المناخ الدافيء والمعتدل جاعلا سياحة الشواطيء من اهم انواع السياحات فيها ,وكذلك اعتدال الجو شتاءا يجعلها من اهم المشاتي المميزة.

حيث كان للسياحة دور قيادي وعامل مساعد في تحسين اقتصاد اسبانيا بعد الحرب العالمية الثانية وركزت اغلبية الابحاث في مجال السياحة بشكل خاص بالتسهيلات والخدمات ودور الحكومة في تنمية السياحة والتركيز اساسا على (الحجم والشكل والتوقيت) وكان موضوع الساعة في هذه الدراسات هي سياحة الشواطيء حيث اكدت الاحصائيات ان 71% من زائري اسبانيا يختارون الشواطيء في قضاء اجازاتهم و46% من سياح الشواطيء يهتمون بالتسوق وخاصة القادمون من المملكة المتحدة وركزت الدراسة على النشاط السياحي الموسمي والمكاني وتغير خواص طبيعة الاسواق ولذلك اهتمت اسبانيا بمناطق ومواقع معينة بالخدمات والتسهيلات مثل (Andalucia وMallorca) بينما لم تنال مواقع اخرى الا قليل من الميزات وهذا يفسر اكتظاظ السياح في بعض المناطق دون غيرها.

وهذا مااكدته بعض التقارير الصادرة عن الهيئة الاقتصادية الاسبانيه الى تحديد المشكلة وعرضها بطريقة متسلسلة من منظور اسباني ,حيث اوضحت الاهتمام موجه الى المطارات والخطوط الجوية وهيئات السياحة والسكك الحديد والفنادق ولم تلقى وسائل الجذب الطبيعية والمصنوعه بأيدي بشرية الا القليل من الاهتمام.

وخططت الحكومة الاسبانية لتنمية السياحيه المحلية منذ التسعينيات كسياسية للارتقاء بالمستوى الاقتصادي للبلاد واكدت على دعمها للسياحة من خلال تقديم

الكثير من أجل تطويرها والتخطيط للمستقبل والتعاون مابين السلطات الاقليمية والمحلية والمركزية في سبيل الارتقاء بالسياحة حتى تضمن زيادة القدرة التنافسية والارتقاء بالتكنولوجية الحديثة والتأكيد على تحقيق التوازن والتكامل مابين السياحة والبيئة وتحقيق سياحه نوعية مميزة ولذلك اعتمدت على عناصر كثيرة ومساعدة في تحقيق هذه الاهداف واهمها:

- الاهتمام بتحسين البنية التحتية
- الاهتمام بالاقامة ووسائل الراحة
- تنوع المنتج السياحي من خلال تشجيع السياحة البرية والتركيز على الفن والتراث.
- الاهتمام بتخطيط التسويق المحلي والقومي.
- الاهتمام بمستوى وجودة الخدمات.-
- تشجيع السياحة الساحلية
- تشجيع السياحة المحلية وتنميها
- الاهتمام بالمسنين وتوفير الخدمات المناسبة لهم

ولكن كان التأكيد على عنصرين مهمين هما الاول تحسين البنية التحتية والثاني وسائل الاقامة والراحة والتوجه نحو سياسات تشجيع التوسعات الفضائية متضمنة مواقع جذب جديدة للسياح والترويج لها من خلال توفير مصادر معلومات وبيانات عنها لانها تعكس حالة صناعة السياحة في البلاد.

تطبيقات في جزر Balearic

وهي الجزر التي تقع على بعد 120 ميل تقريبا جنوب برشلونة وهي الرائدة في تطبيق السياحة النوعية (Quality tourism –initiatives) والتعاون بين الاتحاد الدولي لمنظمي الرحلات (IFTO) ومجلس السياحة في الجزر للعمل سويا كقطاع

خاص لتنمية وتطوير السياحة في (Mallorca) والوصول الى اقصى درجة من التقدم السياحي دون المساس بالطاقة الاستيعابية للجزيرة وتنمية نماذج جديدة للسياحة في اي مكان أخر وتضمنت:

اولا: تجهيزات الاقامة والتي تشمل

1- منح ترخيصات لبناء الفنادق ومراقبتها لمعالجة انخفاض الطاقة الايوائية

2- التقيد بالمواقع والارتفاعات في الفنادق الجديدة

ثانيا: تحسينات البنية التحتية وتضمنت

1- توسيع الارصفة

2- تنظيم المرور

3- زيادة حجم المساحات الخضراء

4- الاهتمام بالشواطئ

ثالثا: للأسواق الجديدة

من خلال مراعاة اختلاف نوعية المستهلك (السائح) والبلد القادم منه

رابعا: ادارة الصيانة

وتتمثل في اعداد برامج دورية لصيانة المشروعات من خلال مجلس الصيانة وتتمثل بالاهتمام في:

1- الاسوار الحجرية

2- تدبير طرق عبور المشاة

3- تدبير برنامج للقمامة

4- وضع لوحات ارشادية

5- ارشادات حول المياه

6- ادارة وتحسين الشواطيء

7- التلوث الضوضائي والهوائي

تطبيقات جزر الكناري (Canary)

ايضا تم تطبيق طرق مماثلة للاهتمام بالسياحة عن طريق الاهتمام بتحسين البنية التحتية واجراءات الصيانة وتقديم سلسلة من التسهيلات الاضافية ووسائل الراحة وتحسينات في خطوط مطار (Reinasofia) مثل بناء ممرات اضافية ومباني حديثة وتسهيلات للسياح وفوق كل ذلك قامت السلطات الاقليمية بتشريع قوانين تهدف الى عدم المساس بالطاقة الاستيعابية للجزيرة من خلال تصميم برامج حماية وتدريب فريق عمل لغرض تغطية هذه الاعمال ,وكجزء لايتجزء من استراتيجيات التنمية النوعية تؤكد على البيئة الخصبة للجزيرة ولتحقيق ذلك فأن 50% من سطح الجزيرة هو تحت الحماية وشيدت طرق للمشاة وحددت مساحات اخرى كهدف لجدول اقامة الاسكان وكذلك الاهتمام بالمتنزهات الوطنية والتي تتميز بها اسبانيا وقد اعتمدت بر امج نوعية في سبيل الحماية القصوى للمتنزهات وتقسم الى:

1- منطقة احتياطية وهي منطقة محظورة على الجميع وهي ملاصقة لمباني العامة

2- منطقة محظورة الاستخدام وهي منطقة محددة الدخول وغير مسموح للزائرين بمغادرة الطرق المسموحه لهم الا بأذن ادارة المتنزه.

3- منطقة معتدلة الاستخدام وهي مناطق مسموح الدخول للجميع

4- منطقة ذات استخدام خاص وهي منطقة ملاصقة للمباني والخدمات الضرورية لادارة المتنزه ومسموحه لدخول الجميع.

هـذه نمـاذج تطبيقـات لسياسـة حمايـة البيئـة والتنميـة المحليـة في اسـبانيا والارتقـاء بالتوسعات الخارجية للسياحة الى مناطق لم تصل اليها من قبل عـن طريـق السـوق الـرئيسي والمهم هو ان هدف هذه السياسات يجب ان لاتتعارض مـع اهـداف السـياحة المسـتدامة في حماية المصادر المتجددة لاجيال المستقبل.

مماتقدم يؤكد على ان البيئة هي جزء لايتجزء من تنمية السياحة المسـتدامة واكـثر مـن ذلك اعتبرت جزء من المحيط الاقتصادي والطبيعي والثقافة العمرانية السـياحية لمـا لهـا مـن أثار على السياحة برزت العلاقة بينها في الاعتماد على عدة عوامـل تختلـف في مـداها وقوتهـا ونادرا ماتجتمع ولذلك من المهم استجابة صناعة السياحة لخطط التنميـة المسـتدامة ووضـع الاستراتيجيات الخاصة بها.

التجربة الخامسة: استراليا (الحاجز المرجاني العظيم)

المشكلة:

تدخل النشاطات الإقتصادية وعدم الإستغلال الأمثل للموارد في المنطقة.

الهدف:

التنمية السياحية المستدامة من خلال التخطيط الإستراتيجي لتنمية سياحية متكاملة لأعظم حاجز مرجاني في العالم.

ما تم اتخاذه من خطوات

1- إعلان المنطقة محمية بحرية طبيعية متعددة الإستخدام في عام 1975، وتسجيلها كتراث عالمي في عام 1981، وتصنيفها كمنطقة ذات حساسية خاصة في عام 1990 طبقاً لمعايير منطقة الملاحة العالمية.

2- وضع المنطقة تحت إشراف ومتابعة أكبر سلطة حكومية وهي الكومنولث الإسترالي.

3- وضع خطة إستراتيجية طويلة الأجل للمنطقة لمدة 25 سنة بدأت منذ عام 1994 وسوف تنتهي عام 2019.

4- وضع خطة قصيرة الأجل لمدة 5 سنوات بتمويل 100 مليون دولار سنوياً لإدارة المنطقة.

5- تقسيم المنطقة إلى مناطق أصغر بنظام Sub – Systems لكل منها استخدام خاص بها مما يساعد على عدم تداخل النشاطات مع توفير الخرائط والأدلة المناسبة.

النتائج التي ترتبت على هذه التجربة

1- تطورت السياحة بالمنطقة من المستوى العادي والعائلي إلى السياحة المعتمدة على تكنولوجيا عالية ومستوى تسويقي رفيع.

2- تحقيق دخل سنوي يقدر بـ 700 مليون دولار من الرياضات البحرية.

3- تحقيق حوالي 400 مليون سنويا من الصيد التجاري والترفيهي والتقليدي للأسماك.

الدروس المستفاد من هذه التجربة

أهميـة إتبـاع أفضـل الأسـاليب في إدارة المحميـات الطبيعيـة البحريـة عـلى السـواحل المتواجدة.

قائمة المصادر

قائمـة المصادر

1- إبراهيم إسماعيل حسين الحديد إدارة التسويق السياحي, الطبعة الأولى, مكتبـة العـربي للنشر, دار الإعصار للنشر والتوزيع, عمان , 2010.

2- إبراهيم عباس جاسم أغا, الإبعاد الاقتصادية للنشاط السياحي في العراق للمدة (2001-1990) مـع رؤيـة مسـتقبلية, رسـالة ماجسـتير مقدمـة إلى المعهـد العـالي للدراسـات السياسية والدولية, الجامعة المستنصرية,2004.

3- إبراهيم، وفاء بن سيدي، حوكمة الاسـتثمار السـياحي ودوره في تحقيـق التميـة المحليـة الامارات العربية المتحدة أنموذجـا، مجلـة الناقـد للدراسـات السياسـية، العـدد الثـاني، أفريل، الجزائر، 2018.

4- أبو، رمان، اسعد أبو حماد الـراوي، عـادل سـعد، السـياحة في الأردن، الأسـس العلميـة – المقومات –الأسواق الجدوى، مصدر سابق، 2009.

5- أبو رحمة، د. مروان وآخرون، مبادئ السياحة، الطبعـة الأولى، دار البركـة للـنشر، الأردن، عمان، 2001.

6- ابو عياش، عبد الاله والطائي، حميد عبـد النبـي (2010) "التخطـيط السـياحي - مـدخل استراتيجي"، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.

7- أبو عيـاش، عبـد الإلـه والطـائي، حميـد عبـد النبـي، التخطـيط السـياحي، الـوراء للـنشر والتوزيع، الأردن، 2003.

8- أحمد بعلبكي، التنمية المحلية في المناطق العربيـة مفـاهيم وتجـارب، منشـورات اللجنـة الاقتصـادية والاجتماعيـة لغـربي آسـيا، الأمـم المتحـدة، نيويـورك – الولايـات المتحـدة الامريكية 1998.

9- أحمد شريف، تجربة التنمية المحلية في الجزائر، مجلة علوم إنسانية، مجلة علمية الكترونية محكمة، السنة السادسة: العدد 40 , 2009.

10- أحمد شريفي، دور الجماعات الإقليمية في تحقيق التنمية المحلية في الجزائر"، إطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2010.

11- أحمد مصطفى خاطر، تنمية المجتمع المجتمع المحلي: الاتجاهات المعاصرة – الإستراتيجية – نماذج الممارسة، الإسكندرية، المكتبة الجامعية، 2000

12- أحمد مصطفى خاطر، تنمية المجتمعات المحلية، الاتجاهات المعاصرة – الاستراتيجيات – بحوث العمل وتشخيص المجتمع، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية – مصر، 2005.

13- ادوارد، انسكب (تخطيط السياحة وطرق التنمية) منظمة السياحة العالمية، نيويورك، مطبعة راينهولد، 1991.

14- ادوارد، انسكب (تخطيط السياحة وطرق التنمية) منظمة السياحة العالمية، نيويورك، مطبعة راينهولد، 1991.

15- أسود، عبد الكريم ياسين، الرؤيا المستقبلية للسياحة الفندقية في ديالى، بدون ذكر الطبعة، المطبعة المركزية جامعة ديالى، العراق، بغداد، 2012.

16- الأمم المتحدة، حالة العالم 2011: البشر، الأمم المتحدة، حالة العالم 2011: البشر والإمكانات في عالم تعداده 7 بلايين نسمة، صندوق الأمم المتحدة للسكان.

17- أيمن عقيل وآخرون، " المجالس الشعبية: الواقع، المشكلة، الحل"، مركز ماعت للدراسات الحقوقية والدستورية، 2009.

18- بازرعة, محمد حسين، العلاقات العامة والسياحة، القاهرة دار الصفا للطباعة، 1982.

19- بختي، ابراهيم وشعوبي، محمود فوزي (2010) "دور تكنولوجيا المعلومات في تنمية قطاع السياحة والفندقة"، مجلة الباحث، العدد (7) ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارة وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، ورقلة، الجزائر.

20- بركات ,غالب, مجلة السياحة العربية ,العدد 22, 1971.

21- البكري, علاء الدين، السياحة في العراق، التخطيط العلمي الجديد، مطبعة ثنيان، بغداد – 1972.

22- تسويق سياحي، المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج, المملكة العربية السعودية، بدون سنة نشر.

23- تغريد سعيد/ المدن الحضارية وأثرها في تطوير حركة السياحة الثقافية في العراق) , رسالة ماجستير في السياحة مقدمة الى مجلس كلية الادارة والاقتصاد -الجامعة المستنصرية ,1997.

24- توفيق، ماهر عبد العزيز (2008) "صناعة السياحة" دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.

25- توفيق، ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان / الاردن، 1997.

26- جاسم، سامي مجيد، لتنمية السياحية في منطقة الصدور وبحيرة حمرين وإمكانية الجذب السياحي، أطروحة مقدمة إلى مجلس كلية التربية – ابن رشد، جامعة بغداد، 1999.

27- جاسم، سامي مجيد، تطوير السياحة في منطقة اهوار العراق مع التركيز على قضاء الجبايش، رسالة ماجستير، مقدمة الى المركز التخطيط الحضري والاقليمي، جامعة بغداد، 1982.

28- جاسم، سامي مجيد، تطوير السياحة في منطقة اهوار العراق مع التركيز على قضاء الجبايش، مصدر سابق، 1982.

29- جاسم، سامي مجيد، تطوير السياحة في منطقة اهوار العراق مع التركيز على قضاء الجبايش، مصدر سابق، 1982.

30- جامعة الدول العربية, النشرة الاحصائية للسياحة في الوطن العربي, القاهرة, العدد الثاني, 1997.

31- جامعة الملك عبد العزيز، التنمية المستدامة في الوطن العربي: بين الواقع والمأمول) سلسلة دراسات نحو مجتمع المعرفة، مركز الإنتاج الإعلامي، 2011.

32- جان فورستيه, السياحة وأوقات الفراغ, ترجمة أحمد الاورفلي, مطابع الأهرام, القاهرة,1977,ص: 51.

33- جاي، كاندامبولي، أدارة جودة الخدمة في الضيافة والسياحة ووقت الفراغ، مصدر سابق، 2007.

34- الجلاد, احمد, التنمية السياحية المتواصلة, ط1, مطبعة عالم الكتب, القاهرة, 2000.

35- جليلة حسن حسنين، دراسات في التنمية السياحية، دار الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2006.

36- جمال حلاوة، علي صالح، "مدخل إلى علم التنمية"، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2009.

37- جواد، عبدالحسين صفاء (2008) "تسويق الخدمة السياحية الكترونياً، مجلة كلية التربية، العدد (7) واسط، العراق.

38- حـداد, مهنـا, الاردن والسـياحة, مشـكلات وهمـوم عـلى السـاحة, نـدوة الانثروبولوجيـا السياحية, جامعة اليرموك, الاردن, 1997.

39- حداد، مهنا، الأردن والسياحة مشكلات وهموم على الساحة، أوراق ندوة الأنثروبولوجيا والتنمية السياحية، جامعة اليرموك، أربد، الأردن، 1997.

40- حلابو، سعد احمد، الفنادق العائمة والمنتجات السياحية، مجموعة السائح العربية مصر، القاهرة، 2001.

41- حمد الصغير قراوي واحمد إبراهيم، دور المـنظمات غـير الحكوميـة في تحقيـق التنميـة المستدامة، جامعة محمد بوضياف المسيلة، كلية العلـوم الاقتصـادية وعلـوم التسـيير، الجزائر، 2009.

42- الحمدان، سهيل/ الادارة الحديثـة للمؤسسـات السـياحية والفندقيـة، دار الرضـا للـنشر، دمشق,2001.

43- حمدي, عبد العظيم, اقتصاديات السياحة, مدخل نظري وعلمي متكامل, مكتبة زهـراء الشرق, 1992.

44- الحميري, موفق عدنان/ تقييم واقع المناطق الترويحية المكملة لعناصر الجذب السياحي داخل المدن مع التركيز على جزيرة بغـداد السـياحية, مجلـة كليـة الادارة والاقتصـاد- الجامعة المستنصرية, العدد (123) السنة العاشرة 1990-1991

45- الحناوي-ريما، مبادئ السياحة، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان-ط1-، عام 2001.

46- الحوري, مثنى طه, الدباغ, اسماعيل محمد, مبـادئ السـفر والسـياحة, مؤسسـة الـوراق للنشر والتوزيع, عمان, ط1, 2000.

47- خربوطلي، صلاح الدين/ السياحة صـناعة الـعصر: (مكوناتهـا – ظواهرهـا – افاقهـا, دار حازم للطباعة والنشر، دمشق، الطبعة الاولى 2002.

48- الخصاونة، د. محمد شبيب، المشاقبة، د. زيادة محمد، التنمية السياحية المستدامة، الطبعة الأولى، المكتبة الوطنية العراق، 2011.

49- الخضيري, محسن احمد، التسويق السياحي، مدخل اقتصادي متكامل، مكتبة مدبولي, 1982.

50- د. إبراهيم إسماعيل حسين الحديد، إدارة التسويق السياحي، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي، عمان، 2008.

51- د. ابراهيم العيسوي، الجات وأخواتها، النظام الجديد للتجارة العالمية ومستقبل التنمية العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت 2001.

52- د. خالد مقابلة، محاسبة الفنادق والمطعم، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان – الأردن، 2004.

53- د. فتحي محمد الشرقاوي، وآخرون, مبادئ علم السياحة, مصدر سابق، ص: 51.

54- د. مثنى الحوري، إسماعيل الدباغ، الموسمية في الطلب السياحي الأسباب والمعالجات والآثار، بغداد مطبعة الجامعة، 2006.

55- د. مثنى طه الحوري, إسماعيل محمد علي الدباغ، اقتصاديات السفر والسياحة, الطبعة الأولى, مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع, عمان,2001.

56- د. محمد صالح ربيع العجيلي، معجم المصطلحات والمفاهيم الجغرافية، الجزء الثاني الطبعة الأولى, دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2012.

57- د. هوشيار معروف، الاستثمار السياحي، محاضرات ألقيت على طلبة الدراسات العليا قسم السياحة والفنادق كلية الادارة والاقتصاد الجامعة المستنصرية، 2000.

58- درويش, كمال والحماحمي, محمد والخولي, أمين (1982) "اتجاهات حديثة في الترويح وأوقات الفراغ"، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر.

59- رحماني موسى، السبتي وسيلة، " تمويل التنمية المحلية المستدامة من منظور إسلامي، " مجلة العلوم الانسانية، العدد 23، نوفمبر 2011، .

60- رشاد أحمد عبد اللطيف، التنمية المحلية، دار الوفاء لدينا الطباعة والنشر، الإسكندرية - مصر، الطبعة الأول، 2011.

61- رشيدة السيد أحمد، التخطيط لإدارة المؤسسات التعليمية ذاتياً في ضوء المشاركة المجتمعية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2010.

62- الروبي – نبيل، نظرية السياحة، جامعة الاسكندرية، كلية السياحة والفنادق، عام 1986.

63- زيدان، زكي زكي حسين، حقوق السائح وواجباته في الفقه الإسلامي والقانون الوصفي، بدون ذكر الطبعة، دار الكتاب القانوني للنشر، 2009.

64- ستيفن بيج، ترجمة د. خالد العامري، إدارة السياحة، الطبعة العربية دار الفاروق للنشر، مصر، القاهرة، 2008.

65- سراب الياس, وآخرون, تسويق الخدمات السياحية, الطبعة الأولى, دار المسيرة للنشر والتوزيع, عمان, 2002.

66- سعيدي، د. يحيى، العمراوي، أ. سليم، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية، مجلية كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 36, العراق، 2013.

67- السيبسي، ماهر عبد الخالق، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، مجموعة النيل العربية للنشر، مصر، القاهرة، 2001.

68- الشاكري، عبد الصاحب، افاق السياحة، الطبعة الأولى، دار النشر والاستشارات التكنولوجية، بريطانيا، 2007.

69- شحاتة، أ.د حسن احمد، التلوث البيئي وإعاقة السياحة، الطبعة الاولى، مكتبة الدار العربية للكتب، القاهرة، 2005.

70- الشيمي، د. نبيل محمد، السياحة والفندقة العلاجية، بدون ذكر الطبعة، مكتبة بستان المعرفة، مصر، الاسكندرية، 2006.

71- صلاح الدين. السياحة المستدامة، سلسلة دار الرضا، دمشق، 2004، ص: 130

72- الطائي، حميد عبد النبي (1992) "صناعة الضيافة"، دار الكتب للطباعة والنشر، الموصل، العراق.

73- الطائي، حميد عبد النبي (2006) "اصول صناعة السياحة"، الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، الاردن.

74- الطائي، حميد عبد النبي، الروابط التفاعلية بين صناعة الضيافة والسفر ووقت الفراغ، مجلة كلية المأمون الجامعة، العدد2، 2000.

75- الطائي، حميد عبد النبي، الأسس العلمية في إدارة المنشات الفندقية، دار زهران للنشر، الأردن، عمان 2000.

76- الطائي، أحمد، أصول صناعة السياحة، مؤسسة الوراق للنشر، الأردن، 2001.

77- الطائي، حميد عبد النبي، الفنادق والسياحة، الطبعة الأولى، دار الكنوز للنشر، الأردن، عمان، 2007.

78- الطائي، حميد عبدالنبي (2006) "مدخل الى ادارة الفنادق"، الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، عمان، الاردن.

79- الظاهر، نعيم والياس، سراب (2007) "مبادئ السياحة"، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الثانية، عمان، الاردن.

80- عاصي، د. حسن، موسوعة السياحة العربية، مصدر سابق، 2007.

81- عاصي، د. حسن، موسوعة السياحة العربية، بدون ذكر الطبعة، دار المواسم للطباعة والنشر لبنان، بيروت، 2007.

82- العاني، محمد جاسم، التخطيط الإقليمي، ط1، دار الصفا للنشر، عمان، 2011.

83- عبد العظيم حمدي، اقتصاديات السياحة، مدخل نظري وعملي متكامل، مكتبة زهراء الشرق، 1992

84- عبد القادر-حسن، جغرافية السياحة في الاردن، مجلة دراسات الجامعة الاردنية-المجلد الثاني-العدد الثاني-ك1 عام 1975.

85- عبد المطلب محمود الخوام, دراسة في الاستثمار السياحي وأبعاده الاقتصادية, رسالة ماجستير, مقدمة إلى كلية الإدارة والاقتصاد, جامعة بغداد,1996.

86- عبد المطلي عبد الحميد، التمويل المحلي والتنمية المحلية، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية - مصر، 2001.

87- عبد الوهاب, صلاح الدين, السياحة الدولية, دار الهنا للطباعة, القاهرة,1987.

88- عبيدات، د. محمد، التسويق السياحي (مدخل سلوكي) ، الطبعة الثالثة، دار وائل للنشر، الأردن، عمان، 2008.

89- عراقي، أ.د. محمد إبراهيم، عطا الله، فاروق عبدالنبي، التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر العربية دراسة تقويمية بالتطبيق على محافظة الأسكندرية، المعهد العالي للسياحة والفنادق والمحاسب الآلي، ورشة عمل سياحية، الجزائر، 2007.

90- العقيد، مرزوق عايد والنمر، بركات كامل واخرون (2011) "مبادئ السياحة"، اثراء للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، عمان، الاردن.

91- العقيد، مرزوق عايد، وآخرون، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، دار إثراء للنشر، الأردن، عمان، 2011.

92- علي فلاح الزعبي, التسويق السياحي والفندقي مدخل صناعة السياحة والضيافة, الطبعة الأولى, دار المسيرة للنشر والتوزيع,عمان,2013.

93- عمر، محمد العطا (2010) ، " صناعة السياحة واهميتها الاقتصادية".

94- عمر جوابرة الملكاوي, التسويق الفندقي, الطبعة الأولى, مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع, عمان, 2012.

95- العموري، فوزية الصادق أحمد، وآخرون، دور التخطيط السياحي الممنهج في نشر ثقافة التنمية السياحية بين السكان في ليبيا، مجلة جامعة المدينة العالمية (مجمع) ، العدد 23، ماليزيا، 2018.

96- عيدان، محمد، استثمار السياحي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000.

97- الغريني، حمد محمد علي، المعجم السياحي الشامل، الشركة المصرية العامة للنشر، مصر، القاهرة، 2000.

98- غنيم, عثمان محمد, سعد, بنيتا نبيل, التخطيط السياحي, في سبيل تخطيط مثالي شامل ومتكامل, ط1, دار حفاء للنشر والتوزيع, عمان 1999.

99- غنيم، عثمان وسعد، بنيتا، التخطيط السياحي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان – الأردن ن 1999.

100- غنيم، عثمان، وبنيتا سعد، التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل، الطبعة الثانية، دار الصفاء للتوزيع والنشر، عمان – الاردن، 2003.

101- فؤاد بن غضبان: التنمية المحلية ممارسات وفاعلون، دار صفار للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، الطبعة الأولى، 2015.

102- فوارستية – جان، السياحة واوقات الفراغ، ترجمة احمد الاورفلي، شركة تراد كسيم 1977 جنيف.

103- قسيمة، كباشي حسين تنمية وتطوير السياحة في الولاية الشمالية. مؤتمر تنمية السياحة بالولاية الشمالية، السودان، 2005

104- قنديل، فؤاد (2002) ، "ادب الرحلات في التراث العربي"، مكتبة الدارالعربية للكتاب، الطبعة الثانية، القاهرة، مصر.

105- كامل، د. محمود، السياحة الحديثة علماً وتطبيقاً، بدون ذكر الطبعة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، القاهرة، 1975، ص39.

106- كامل- محمود، السياحة الحديثة علما وتطبيقا، الهيئة المصرية للكتاب، 1975.

107- الكتاني, مسعود, علم السياحة والمتنزهات, دار الحكمة للطباعة والنشر, بغداد,1990.

108- الكتاني، د. مسعود مصطفى، علم السياحة والمتنزهات، بدون ذكر الطبعة، دار الحكمة للطباعة، موصل، العراق، 1990.

109- اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا, دراسة عن ادماج البعد البيئي في الخطط الانمائية, الامم المتحدة, نيويورك, 1999.

110- اللحام، نسرين، التخطيط السياحي للمناطق التراثية بإستخدام تقنية تقييم الآثار البيئية، الطبعة الأولى، دار النيل للنشر والطباعة، القاهرة، 2007.

111- ماهر عبد العزيز توفيق, صناعة السياحة, دار زهران للنشر والتوزيع, عمان – الاردن,1997.

112- مبروك بوعشة، التنمية المستدامة: مقاربة اقتصادية في إشكالية المفاهيم، المؤتمر العلمي الدولي حول التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة، جامعة فرحات عباس، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير بالتعاون مع مخبر الشراكة والاستثمار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفضاء الأورو - مغاربي، 2008.

113- مثنى طه الحوري, نحو خطط رصينة لتنمية السياحة في العراق (نموذج لتصنيف وجرد مقومات العرض السياحي), بحث منشور في مجلة الإدارة والاقتصاد, الجامعة المستنصرية, العدد الحادي والثلاثين, 2000.

114- مثنى معان إبراهيم، تحليل واقع الاستثمار السياحي في العراق للمدة 1980 إلى 1997وإمكانيات تطويره، رسالة ماجستير، مقدمة إلى كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، قسم السياحة،,1999.

115- مجيد حميد صفر العزاوي, مستقبل السياحة الوافدة إلى العراق وأثرها على الموارد الاقتصادية, رسالة ماجستير مقدمة إلى المعهد العالي للدراسات السياسية والدولية, الجامعة المستنصرية,2003.

116- محمد سعيد فهمي، تقويم برامج تنمية المجتمعات الجديدة، المكتب الجامعي الحديث، مصر - الإسكندرية، 2010.

117- محمد شارف حاجي، الطيب خوجة، دور المجالس الشعبية البلدية في التنمية المحلية، ورقة بحثية قدمت إلى الملتقى الوطني الأول حول: تمويل التنمية المحلية في الجزائر، واقع وفاقن المركز الجامعي برج بوغريريج - الجزائر، 2008.

118- محمد صباح محمود، مقدمة في الجغرافية السياحية، مع دراسة تطبيقية عن القطر العراقي، مطبعة جامعة بغداد، 1980.

119- محمد عبد الفتاح محمد عبد الله، تنمية المجتمعات المحلية من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية - مصر، 2006.

120- محمد عبد الفتاح محمد، الخدمة الاجتماعية في مجال تنمية المجتمع المحلي، أسس نظرية ونماذج تطبيقية، المكتب العلمي للكمبيوتر والنشر والتوزيع، الاسكندرية - مصر، الطبعة الثانية، 1996

121- مدير، حرم أبو القاسم، التنمية السياحية المستدامة في السودان من خلال الشراكة بين القطاعين العام والخاص، بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراه في السياحة، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة شندي، جمهورية السودان، 2015.

122- مريم أحمد مصطفى، التنمية بين النظرية وواقع العالم الثالث، دار المعرفة الجامعية، 1997.

123- مسلم، اقيوم اكمجو، السياحة صناعة العصر، بدون ذكر الطبعة، مكتبة بيروت للنشر، مصر، القاهرة، 2007.

124- مصطفى السروجي، طلعت وآخرون، التنمية الاجتماعية: المثال والواقع، جامعة حلوانن مركز نشر وتوزيع الكتاب الجامعي، 2001.

125- مصطفى يوسف كافي, التسويق السياحي مدخل استراتيجي واقتصادي متكامل, مصدر سابق, ص: 80.

126- مكي، أ. هشام، ملتقى وطني: الاستثمار في صناعة السياحة بالجزائر – الواقع والتحديات – (15 – 16 جانفي 2014) – الشلف، الدجزائر، 2014.

127- مكي، أ. هشام، ملتقى وطني: الاستثمار في صناعة السياحة بالجزائر – الواقع والتحديات – (15 – 16 جانفي 2014) – الشلف، الدجزائر، 2014.

128- ملوخية، احمد فوزي، مدخل الى علم السياحة، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2008.

129- منى جميل سلام، مصطفى محمد علي: التنمية المستدامة للمجتمعات المحلية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية - مصر، الطبعة الأولى، 2015

130- المهيرات، د. بركات كامل النمر، الجغرافيا السياحية الأقاليم السياحة في العالم، طبعة الاولى، مكتبة الوراق للنشر، الاردن، عمان، 2011.

131- المهيرات، د. بركات كامل، الأمن السياحي والتشريعات السياحية، الطبعة الأولى، دار الفكر للنشر، الأردن، عمان، 2009.

132- موسى كرزاري، محمد أيت حمن، منهج البحث في الوسط الريفي المغربي، سلسلة ندوات ومناظرات رقم 113، المملكة المغربية، الرباط، جامعة محمد الخامس، منشورات كلية الآداب والعلوم الانسانية,، 2008.

133- مؤنس، حسين (1998) "الحضارة دراسة في اصول وعوامل قيامها وتطورهاً سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الطبعة الثانية، الكويت.

134- نائل عبد الحافظ العواملة، إدارة التنمية: الأسس، النظريات، التطبيقات العلمية، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان الطبعة الأولى، 2013.

135- نشرة اليونسكو، طاولة مستديرة حول الثقافة والسياحة والتنمية، قضايا للقرن الحادي والعشرين، نشرات سياحية، باريس، حزيران، 1998.

136- نوار، عبد العزيز سليمان وجمال الدين، محمود محمد (1999) "التاريخ الاوربي الحديث- ملحمة العصر"، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، الطبعة الاولى، القاهرة، مصر.

137- الهيئة العامة للسياحة والاثار (1990) "في تطوير قطاع اقتصادي جديـد"، نشر مكتبـة الملك فهد الوطنية السعودية، مكة المكرمة، المملكة العربية السعودية.

138- وسام قاسم لفته الفرطـوسي, الـدخل وأثـره في الطلـب السـياحي لـدى العـراقيين مـن الناحية الكمية والنوعية خلال المدة 2011-2003, رسـالة ماجسـتير, مقدمـة إلى كليـة الإدارة والاقتصاد, الجامعة المستنصرية,2013.

139- Abdel Moneim, K., (1980) . Industrial Development in Sudan', in Imam, F.B., (ed), 'Industry in The Sudan', papers presented to the First Erkowit Conference, Sept. 1966, School of Extra Mural Studies, University of Khartoum, Government printing press, Khartoum, 1973.

140- Al Maki, A.M., 'Federation and Democracy', in Karsani, A. A., (ed) 'Studies in Sudan's Federation Experience' (in Arabic), the proceedings of the workshops entitled 'The Future of Federation in Sudan', in collaboration between the dept. of political science, University of Khartoum and Friedrich Ebert, Khartoum, held in the Institute of Public Administration and Federal Government Studies, U of K, in the period from Nov. 2000 to Feb. 2001.

141- Avdimiotis,S and Bonarou, ch., (2009),"CLBAL SWOT ANALYSIS", Technical University of Crete, Greece.

142- Bashier, M., ‘Federation and the Environment’, in Karsani, A.A., (ed) 'Studies in Sudan's Federation Experience' (in Arabic), the proceedings of workshops entitled 'The Future of Federation in Sudan', in collaboration between the Department of Political Science, University of Khartoum and Friedrich Ebert, Khartoum, held in the Institute of Public Administration and Federal Government Studies, U of K, in the period from Nov. 2000 to Feb. 2001.

143- Bearce, Philip, the social psychology of tourist behaviour, publisher at pergaman press oxford,1982.

144- Boo & Elisabith (Eco Tourism, The potential,& Pitfully) Volumes 1 & 2 Washington 1999.

145- Boo & Elisabith (Eco Tourism, The potential,& Pitfully) Volumes 1 & 2 Washington 1999.

146- Bruton, M. J., (1974) . 'General Planning and Physical Planning', in Bruton, M.J. (ed.), 'The Spirit and Purpose of Planning', Hutchinson & Co Ltd, London.

147- Burkart, A. J. and S. Medlik, Tourism First published, 1974.

148- Burkart, A.J. and S. Medlik, Tourism Second Edition Heine Mann –1981.

149- Burns, P. and Holden, A. "Tourism a New Perspective" Prentice Hall, England, 1995.

150- Chaudhuri, J.R., (2001), 'An Introduction to Development and Regional Planning', Oriental Longman Ltd., Kolkata.

151- Conyers, D., (1982), 'An Introduction To Social Planning in Third World', Institute of Planning Studies University of Nottingham, John Wiley & Sons Ltd. UK.

152- Dani, M.A., 'Local Government in the Federation Experience of Sudan', in Karsani, A.A., (ed) 'Studies in Sudan's Federation Experience' (in Arabic), the proceedings of the workshops entitled 'The Future of Federation in Sudan', in collaboration between the Department of Political Science, University of Khartoum and Friedrich Ebert, Khartoum, held in the Institute of Public Administration and Federal Government Studies, U of K, in the period from Nov. 2000 to Feb. 2001.

153- Davidson, Rob /Tourism -2nd Edition – Pitman Publishing -Great Britain 1993.

154- El Agraa, O.M.A., et al, (1980) . 'Human Settlements in Gezira', Sudanese Group for Assessment of Human Settlements (SGAHS), Department of Architecture, University of Khartoum.

155- Gee,Chuck Y. "International Tourism: A Global Perspective" –W.T.O. –Madrid 2nd Edition,1999.

156- Gee, chuck (the travel industry) third edition, new york vannesttelroy, reinhold,1997.

157- gee, chucky (1997),"international tourism: a global perspective", publisher World Tourism Organization.

158- Glasson, J., (1974), ‘An Introduction to Regional Planning’, Hutchinson Educational Ltd., London.

159- Ibrahim and martin, leisure An introduction, second edition,, howng publish company, califorinia, 1978.

160- International Institute for Environment and Development (IIED), (1983) . 'The Role of Small and Intermediate Centers in the Development Process', London.

161- Jafari, Jafar. The tourism market basket of goods and services, the components and nature of tourism, wild life parks, conservation, metropolitan press, New Delhi, India,1982.

162- Kanellopoulos, D and Panagopoulos, A (2004),"Multimedia applications in Tourism: The case of travel plans" No.

163- Kankoul, A.A., 'Federal Relations', in Karsani, A.A., (ed) 'Studies in Sudan's Federation Experience' (in Arabic), the proceedings of the workshops entitled 'The Future of Federation in Sudan', in collaboration between the Department of Political Science, University of Khartoum and Friedrich Ebert, Khartoum, held in the Institute of Public Administration and Federal Government Studies, U of K, in the period from Nov. 2000 to Feb. 2001.

164- Leurent BOTTI-Nicolas PEYPOCH –Bernardin SOLONANDRASANA, Ingénierie du tourismeconcepts, méthodes, applications, De-Boeck 2008.

165- M.J.stabler (ed) "Tourism and sutainbility;principles to praetice' –cob International, N.Y, 1997.

166- Mazari. S., 'Town and Village Planning in Sudan', a paper presented in the 14th Annual Conference, Engineering Society, Dec. 1966.

167- Middleton, victor T.C.- Clarke, Jackie: "Marketing in traval and tourism " third edition, 2001.

168- Mokhiar KHELAD: Le Developpement Local,Office des Publications

Universitaires, Alger,2012

169- neto, F (2003), " A New Approach to Sustainable Tourism Development: Moving Beyond Environmental Protection" desa discussion paper No.

170- Nimeri, S., (1978) . 'An Evaluation of the Six Year Development Plan of The Sudan 1977/78-1982/83', Development Studies and Research Center, Faculty of Economic and Social Studies, University of Khartoum Press.

171- OECD, tourism policy and international tourism in OECD member countries, paris, 1974.

172- Organization for Economic and Development, Tourism Development Economic Growth, May – 1966.

173- Pender, Lesley- Sharpley, Richard: " The management of tourism " sage publication Ltd, London,2005.

174- Robinson. H, A Geography of tourism,London,1976,p.11.

175- Rondinelli, D.A., 'Towns and Small Cities in Developing Countries', The Geographical Review, No. 4, Vol. 37, New York, Oct. 1983.

176- Rose, E., (1974) . 'Philosophy and Purpose of Planning', in Bruton, M.J., (ed), 'The Spirit and Purpose of Planning', Hutchinson & Co Ltd, London.

177- Takna, Y., 'Federation in Sudan', in Karsani, A.A., (ed) 'Studies in Sudan's Federation Experience' (in Arabic), the proceedings of workshops entitled 'The Future of Federation in Sudan', in collaboration between the dept. of political science, University of Khartoum and Friedrich Ebert, Khartoum, held in the Institute of Public Administration and Federal Government Studies, U of K, in the period from Nov. 2000 to Feb. 2001.

178- The Oxford Dictionary of Current English, Oxford University press, Aman House-London, 1948.

179- Tinbergen, J., (1967) . 'Development Planning', World University Library, London, 1967.

180- UNCHS, (1987) . 'National Human Settlements Institutional Arrangements', selected case studies, Nairobi.

181- W.T.O: International tourism. Aclobal perspective, Madrid, spain,2005

182- Wahab, S and Cooper, CH. (2001) " tourism in the age of globalization" Publisher Taylor & Francis.

183- Williams, Stephen: " tourism geography " Taylor & Francis e-Library 2003.

184- WTO (guidide for local authorities on developing sustainable tourism) engraft. Spain.2004.

المحتويات

فهرس الجدول والمخططات

تم بحمد اللـه



www.acbookzone.com



